

# الدعاية الانتخابية

(دراسة نظرية وتطبيقية)

إهداء ..  
إلى ابنتي المفضلة  
دلال يحيى

في آخر حياتي  
دأبب أحسائي  
د. كمال الغامدي

دكتور  
محمد كمال القاضي

١٩٩٥م - ١٤١٦هـ



## مقدمة

يشرفنى أن أقدم للمكتبة العربية هذا العمل العلمى المتميز والذي حقق به صاحبه إضافة طيبة لعلوم الاتصال إذ تضمن من المعلومات والنتائج الغزيرة ما لم يسبق لمثله أن أنجزه بهذه الفاعلية ، كما أثرى به الحياة العلمية للباحثين والدارسين ، والحياة العملية للمهتمين بالعملية الانتخابية فى مختلف المجالات والمواقع .

فقد أضاف المؤلف إلى المكتبة المصرية والعربية إضافة ثرية ومستحدثة ، فصاغ منهجا - تفرد به - لأصول الدعاية الانتخابية .

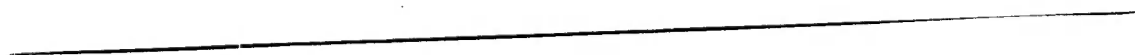
كما قدم الدكتور / كمال القاضى عرضا شاملا لأصول الدعاية الانتخابية لمختلف النظم والأيدولوجيات . . .

تحية للمؤلف . . والمؤلف على هذا الكتاب الذى وضع به لبنة ضرورية وهامة فى صرح البحث العلمى .

**د . د . محيى الدين عبد الحليم**

أستاذ ورئيس قسم الاعلام بجامعة الأزهر

وأستاذ الاعلام بجامعة قطر





## مُقَدِّمَةٌ

تعد الدعاية من أقدم الأنشطة البشرية التي مارسها الإنسان منذ بدء الخليفة، وقد تنوعت أشكالها وأساليبها وأنماطها على مر العصور بدءاً من : النار والدخان . . والطبول . . والرايات . . والرسوم والتماثيل، ثم الكتابة فالطباعة، ثم الاذاعة ( مرحلة التحول من الأبجدية البصرية البدائية الى الأبجدية الصوتية العلمية، ثم الأفلام السينمائية . . والتلفاز وأخيراً . . الأرقام الصناعية . .

والدعاية الانتخابية فرع مستقل من أفرع موضوعات الدعاية فى إطار علوم الاتصال ذلك أن الاتصال الانتخابى يعد أحد أشكال الاتصال الهامة من الناحيتين النظرية والتطبيقية، ومن ثم فإن الدعاية الانتخابية - فضلاً عن إرتباطها الوثيق بالاعلام - فهي ترتبط أيضاً - وإلى حد كبير بعلوم : السياسة والقانون والاجتماع، فالدعاية الانتخابية فرع من فروع الدعاية السياسية وفى عين الوقت تتحدد بالأطر التشريعية والسياسية والاعلامية السائدة فى المجتمع .

وقد بات مستقراً فى العصر الحديث أن الانتخاب هو الصيغة الأساسية والملائمة للمشاركة السياسية من جانب الشعب باعتباره يمثل أهم سبل الاتصال السياسى كمدخل هام من مُدخلات النظام السياسى بعكس الحال فى الديمقراطيات القديمة التى كانت تنتهج الأسلوب الديمقراطى المباشر، ومن ثم أصبح هناك ارتباط وثيق بين الانتخاب - كأسلوب لإسناد السلطة - من ناحية وبين الديمقراطية النيابية كشكل متعارف عليه فى غالبية النظم السياسية من ناحية أخرى . .

وبقدر ما تتعدد الأشكال الديمقراطية تبعاً لاختلاف المناخ السياسى والاجتماعى والثقافى والاقتصادى السائد من دولة لأخرى فإن الأنساق

الانتخابية تتعدد أيضا تبعاً لمدى التقدم الحضارى والثقافى لكل مجتمع . .  
وفى كل الأحوال . . فإن الدعاية الانتخابية تظل ظاهرة سياسية وإعلامية تكون مصاحبة دوماً للعمليات الانتخابية خاصة بالنسبة للانتخابات البرلمانية، تلك الظاهرة تلفت انتباه الإعلاميين والمشاركين السياسيين، كما أنها - وبذات الأهمية - تجذب إليها أنظار الباحثين . . الأمر الذى كان الدافع المبدئى والمهد لتلك الدراسة . .

كما تحظى الانتخابات البرلمانية بأهمية كبيرة فى كافة النظم السياسية الديمقراطية منها وغير الديمقراطية باعتبار أنها البوابة الشرعية لتشكيل الحكومات وتولى مقاليد الحكم، كما تحظى أيضا بالأهمية العملية باعتبار أنها المحك الميدانى لنظريات الاتصال الانتخابية وحقل التجارب لوسائل وأساليب وأنماط الاتصال الانتخابى على كافة أنواعه وأشكاله: ( الجماهيرية والشخصية - الشرعية وغير الشرعية - الأخلاقية وغير الأخلاقية)، ومن ثم كانت وستظل الدعاية الانتخابية محط أنظار الباحثين والدارسين فى مجال الدراسات الانسانية بوجه عام وبالنسبة لعلوم الاتصال بوجه خاص . .

وقد كانت انتخابات الفصل التشريعى الخامس لمجلس الشعب المصرى التى أجريت فى السادس من إبريل عام ١٩٨٧ هى ومضة الفكر الأولى نحو اختيار موضوع تلك الدراسة خاصة ما صاحب تلك الانتخابات من مغريات: تشريعية وسياسية وإعلامية ودعائية حرضت المؤلف ودفعته إلى كشف أستارها وسبر أغوارها، فقام المؤلف بأجراء الدراسة التمهيدية عن طريق رصد كافة الظواهر السياسية والتشريعية والإعلامية المصاحبة لتلك الانتخابات بدءاً من صدور قرار رئيس الجمهورية رقم (٣١) لسنة ١٩٨٧ فى ١٩٨٧/٢/٤ بأجراء الاستفتاء على حل مجلس الشعب الذى أجرى فى ١٩٨٧/٢/١٢ وموافقة ٨٨,٩٪ من المستفتين على حل مجلس الشعب الذى بموجبه صدر القرار

الجمهورى رقم ٤٦ لسنة ١٩٨٧ بحل مجلس الشعب ودعوة الناخبين الى انتخاب أعضاء المجلس الجديد فى السادس من أبريل من ذات العام، وتتبع المؤلف كافة الاجراءات التنفيذية للعملية الانتخابية منذ فتح باب الترشيح فى ١٩٨٧/٢/٢٤ الى أن أجريت الانتخابات فى ١٩٨٧/٤/٦، وانتخابات الاعادة - بالنسبة للمقاعد الفردية - فى ١٩٨٧/٤/١٣ .

وحيث لم تتأصل بعد - علميا - أصول الممارسات الانتخابية فى ضوء النسق الانتخابى والتشريعى والسياسى السائد فى المجتمع .  
ونظرا لخلو المكتبة العربية من المراجع المباشرة لموضوع « الدعاية الانتخابية » .

فإن تلك الدراسة تحاول ارياد آفاق جديدة فى مجال البحوث الاعلانية فيما يتعلق بموضوع الدعاية الانتخابية وذلك بهدف :

- تحديد الملامح الأساسية للدعاية الانتخابية من كافة أبعادها السياسية والتشريعية والاعلامية .

- بيان مدى تأثير البيئة الانتخابية على أساليب وأنماط الاتصال الانتخابى .

- تحديد الأهمية النسبية لوسائل وأساليب الاتصالات الانتخابية ومدى تأثيرها على هيئة الناخبين .

- محاولة صياغة نموذج اتصال انتخابى يتضمن أبعاد العملية الاتصالية الانتخابية من خلال أطرافها المتعددة .

- محاولة تقديم نظام انتخابى يتناسب مع البيئة الانتخابية المصرية .

وتأسيسا على ذلك فإن هذا المؤلف ينقسم إلى خمسة فصول هى :

الفصل الأول : عن مقومات الدعاية الانتخابية .

الانتخابى والمشاركة السياسية - مراحل استمالة الهيئة الناجبة - الاتصال  
الاقتاعى الانتخابى .

الفصل الثانى : الحملات الانتخابية .

ويتناول : تعريف وسمات . . وتخطيط الحملات الانتخابية .

الفصل الثالث : البيئة الانتخابية :

ويتناول : ظاهرة عدم الاستقرار البرلمانى - الظواهر السياسية والإعلامية  
للعلمية الانتخابية للفصلين التشريعيين الخامس (١٩٨٧) والسادس (١٩٩٠) .

الفصل الرابع : تطبيقات الدعاية الانتخابية .

ويتضمن : الأهمية النسبية للدعاية الانتخابية ومدى تأثيرها فى تحقيق الفوز فى  
الانتخابات - وسائل وأساليب الاتصال الانتخابية السائدة فى البيئة الانتخابية  
المصرية .

الفصل الخامس : النظام الانتخابى المقترح « نظام الانتخاب الفردى المدعم  
بالاختيار الحزبى » .

وهو النظام الذى نرى أنه يلائم البيئة السياسية المصرية ويحقق أكبر قسط من  
العدالة السياسية على النحو الوارد تفصيلا . . .

وعلى الله قصد السبيل ، ، ،

**المؤلف**

## الفصل الأول

### مقومات الدعاية الانتخابية

تتعدد وتنوع الدعايات بحسب طبيعتها وأهدافها، فهناك الدعاية السياسية . . . والدعاية الاقتصادية . . . والدعاية الثقافية . . . والدعاية الاجتماعية . . . والدعايات الدينية . . . إلخ .

وقد استأثرت الدعاية السياسية دون غيرها من أنواع الدعايات الأخرى بالجهود البحثية والأضواء الإعلامية لوجود ارتباط تأثيري متبادل بين علم الدعاية من جانب وعلم السياسة من جانب آخر .

وتنقسم الدعاية السياسية بدورها الى العديد من الدعايات السياسية لعل من أهمها : الدعاية السياسية الدولية والدعايات الحكومية، والدعاية الحزبية . . . إلخ .

وفي العصر الحديث بدأ يظهر فرع دعائى جديد من أفرع الدعاية السياسية وهو الدعاية الانتخابية وبدأ هذا الرافد الجديد ينمو بقوة حتى وصل الى الدرجة التى يمكن القول - معها - أنه أضحى يمثل علماً قائماً بذاته يمكن رده إلى مجموعة العلوم السياسية، وفي ذات الوقت يمكن إدراجه كعلم مستقل من بين علوم الاتصال .

هذا برغم أن بعض الدراسات مازالت لاتعترف بعلم الدعاية :

« . . . فإن اعتبار العلاقات العامة أو الدعاية علماً قائماً بذاته أمر مبالغ فيه، فهي مجرد نشاط أو طريقة تصرف»<sup>(١)</sup> .

#### الدعاية السياسية :

كلمة دعاية مشتقة من أصل لاتينى "Propacatus"<sup>(٢)</sup> معناه « يبذر أو ينشر » وهى فى اللغة الإنجليزية "Propage" «بروباجنده» ومعناها « التنشئة

والتنمية»، ومفهومها هو نشر الآراء ونقلها من شخص إلى آخر ومن جيل إلى جيل<sup>(٣)</sup>.

ومن بين التعريفات المختلفة لمصطلح الدعاية نرى أن التعريف التالي هو أكثرها تعبيراً عن المفهوم العام والشامل لمصطلح «الدعاية» في كافة صورها وأشكالها:

«الدعاية هي فن إقناع الآخرين بأن يسلكوا في حياتهم سلوكاً معيناً ما كانوا ليسلكوه بدونها»<sup>(٤)</sup>.

ويقترَب من هذا المعنى التعريف التالي :

« هي تلك الجهود التي تبذل بهدف العمل على التأثير في الناس وتوجيه سلوكهم نحو وجهة معينة وذلك من خلال فترة زمنية محددة »<sup>(٥)</sup>.

ولكن . . . عندما حاول البعض التوسع في تعريفات الدعاية انحرف التعريف عن مدلوله العلمى وذلك أن كل مفكر أو كاتب تناول - في تعريفه للدعاية - الجانب الذى يهتم أو يؤمن به. فالبعض اهتم بالجانب السلوكى منها والبعض الآخر اهتم بالجانب السياسى والبعض الثالث تناول فى تعريفه الجانب الاخلاقى لها، مما أدى إلى تنوع وتعارض التعاريف الخاصة بمصطلح الدعاية ومرد ذلك يرجع بصفة أساسية الى محاولة تناول تعريف الدعاية بكافة صورها وأشكالها فى تعريف واحد، فإذا ما انطبق هذا التعريف على الدعاية السياسية فإنه لا ينطبق على غيرها من الدعايات الأخرى : الثقافية والدينية والاقتصادية . . إلخ - فالأحرى أن يوضع لكل فرع من فروع الدعايات المختلفة تعريف خاص به، فالتعريف العلمى يجب أن يتوافر فيه شرطان أساسيان :

١- أن يكون تعريفاً جامعاً (شاملاً) :

أى يتناول كل مفردات المصطلح المراد تعريفه .

٢- أن يكون تعريفاً مانعاً :

أى يختص - فقط - بالمصطلح المراد تعريفه ومن ثم لا تندرج تحته أى مفاهيم أو مصطلحات أخرى .

وفيما يلي أمثلة لبعض تعريفات الدعاية المشار إليها :

\* « هى محاولة التأثير فى الأفراد والجماهير والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها وذلك فى مجتمع معين وزمان معين ولهدف معين »<sup>(٦)</sup> .

\* « هى محاولة التأثير فى الافراد والجماهير واستقطاب مشاعرهم نحو شئ محدد . . . . . واستخدمت الدعاية المعارف السلوكية فى مجال التأثير على الجماهير ومنها: الرمزية - التبرير - التحويل - الإسقاط - التعميمات - التبعية - استثارة الغرائز »<sup>(٧)</sup> .

\* « هى محاولة التأثير فى رأى الجماعة وسلوكها بحيث يتخذ الأشخاص رأياً وسلوكاً معيناً »<sup>(٨)</sup> .

وفى تعريف « والتر ليمان » :

\* « هى محاولة التأثير فى نفوس الجماهير والتحكم فى سلوكهم لأغراض تعتبر غير علمية أو ذات قيمة غير مؤكدة فى مجتمع ما وفى زمن معين »<sup>(٩)</sup> .

تعريف «ليوناردو دوب» :

\* « هى محاولة منظمة من جانب شخص أو أشخاص للهيمنة على اتجاهات الأفراد والجماعات عن طريق الإيحاء بقصد التحكم فى سلوكهم »<sup>(١٠)</sup> .

تعريف «هارولد لاسويل» :

\* « هى محاولة التأثير على اتجاهات أعداد كبيرة من الناس نحو قضايا أو وسائل مختلف عليها، ولها أهمية بالنسبة لجماعة خاصة »<sup>(١١)</sup> .

**السمات العامة للدعاية :**

برغم أن لكل فرع من أفرع الدعاية تعريفه العلمى الذى ينفرد به عن غيره من الأفرع الأخرى وسماته الخاصة التى تميزه عن أنواع الدعايات الأخرى، إلا أنه توجد سمات - عامة - للدعاية بوجه عام يمكن حصرها فيما يلى :

- تخاطب الدعاية العاطفة والعقل معاً : « فالاستهواء هو قوام الدعاية سواء الاستهواء العاطفى أو الاستهواء العقلى »<sup>(١٢)</sup>.

- تنقسم الدعاية إلى شقين رئيسيين : شق إيجابى ( يهدف إلى إحداث تغيير فى سلوك الموجه إليه )، وشق سلبى ويتمثل فى الدعاية المضادة<sup>(١٣)</sup>.

- تستخدم الدعاية أساليب اتصال أخلاقية، كما تستخدم أيضاً أساليب اتصال غير أخلاقية<sup>(١٤)</sup>.

- تتنوع وتتعدد أساليب الدعاية بتعدد وتنوع أهدافها وموضوعاتها والوسائل والأساليب التى تستخدمها<sup>(١٥)</sup>.

#### **تعريف الدعاية الانتخابية :**

هى الأنساق الاتصالية المباشرة وغير المباشرة التى يمارسها مرشح أو حزب بصدد حالة انتخابية معينة بهدف تحقيق الفوز بالانتخابات عن طريق الحصول على أكبر عدد ممكن من أصوات الهيئة الناخبة .

وبين من هذا التعريف أن أركان الدعاية الانتخابية تشمل :

(١) المرشحين .

(٢) الناخبين « الهيئة الناخبة » .

(٣) الأنساق الاتصالية ( وسائل وأساليب وأنماط الاتصال ) .

(٤) الهدف من الدعاية الانتخابية . ويتمثل فى جانبين :

- جانب إيجابى : وهو استمالة وإقناع أكبر عدد ممكن من الهيئة



الناخبة .

- جانب سلبى : وهو تقويض ومواجهة دعايات المنافسين .

### نظريات الاتصال :

منذ القدم وموضوع الاتصال يشغل الأذهان، فقد ذكر «أرسطو طاليس» فى كتابه «علم البيان والمعانى والبلاغة» أن الهدف الأساسى من الاتصال هو الإقناع<sup>(١٧)</sup>.

ثم تطورت . . . وتعددت الى حد كبير نماذج الاتصال ومن أشهر تلك النماذج :

نموذج «ديفيد بارلو»<sup>(١٨)</sup> - نموذج «هارولد لاسويل»<sup>(١٩)</sup> - نموذج «شانون» و«ويفر»<sup>(٢٠)</sup> - نموذج «دون هيل» - نموذج «بول لازر سفيلد» : الاتصال على مرحلتين<sup>(٢١)</sup> - نموذج «الدائرة ذات المركز المشترك»<sup>(٢٢)</sup> - النظرية «الهندسية للاتصال»<sup>(٢٣)</sup>.

وقد تعددت أيضا نظريات الاتصال الجماهيرى - تبعا لذلك - ومن أهم النظريات المعاصرة فى الاتصال الجماهيرى<sup>(٢٤)</sup> :

(نظرية الاختلافات الفردية - نظرية الفئات الاجتماعية - نظرية العلاقات الاجتماعية - نظرية الانماط الحضارية ) .

وباستعراض كافة نظريات الاتصال يبين أنه لا يوجد ما يمكن أن يسمى بـ «النموذج الامثل أو العام للاتصال» الذى يمكن تعميمه وتطبيقه على كافة أنواع وأشكال الاتصالات الانسانية، ذلك أن العملية الاتصالية ليست علاقة قانونية بين طرفى الاتصال ولكنها عملية «تفاعل رمزى»<sup>(٢٥)</sup> تعتمد بصفة اساسية على «التفسير الرمزى»<sup>(٢٦)</sup>.

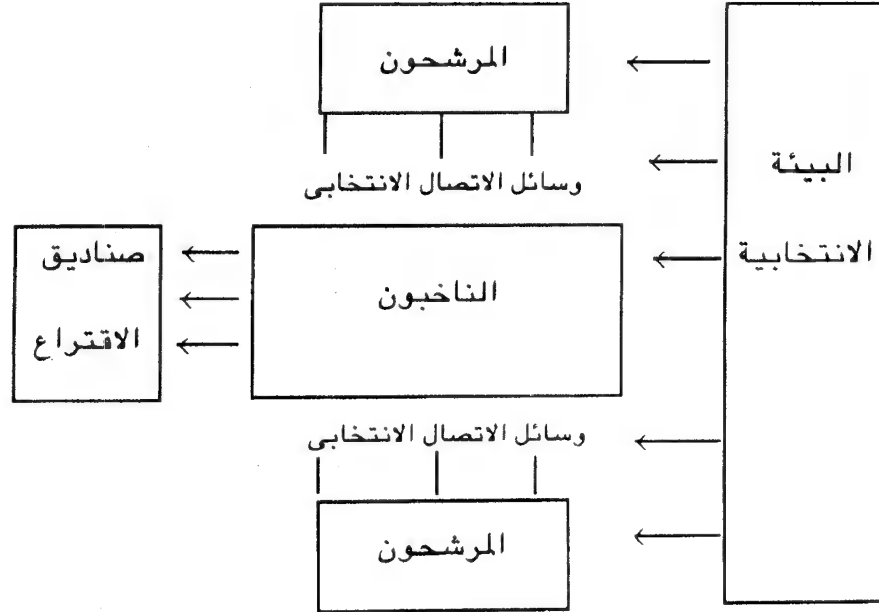
فمفهوم الاتصال - شأنه شأن مفهوم الدعاية - يصبح مجرد مفهوم

تجريدى إذا ما ذكر كمصطلح منفرد، ولكنه يصبح مفهوما له مدلول علمى إذا ما اقترن بموضوع الاتصال وغايته مثل : الاتصال السياسى . . الاتصال الثقافى . . الاجتماعى . . إلخ .

والاتصال الانتخابى شأنه شأن كافة أنواع الاتصال الأخرى يمكن أن يكون له نموذج خاص به ومقومات اتصالية تميزه عن غيره من أنواع الاتصالات الانسانية . . وذلك على النحو الجارى عرضه .

### نموذج الاتصال الانتخابي

من خلال مجمل الدراسات النظرية والتطبيقية التي قمنا بها ، فقد أمكن التوصل إلى : «نموذج الاتصال الانتخابي» الذي يعبر عنه الشكل التالي :



ويمكن تناول عناصر ذلك النموذج من خلال:

- (أ) البيئة الانتخابية .
  - (ب) الهيئة الناخبة .
  - (ج) العلاقة بين المرشحين والناخبين .
- وذلك على التفصيل التالي :

#### (أ) البيئة الانتخابية

يقصد بالبيئة الانتخابية :

- طبيعة النظام السياسي .

- النظام الانتخابى المطبق .
- درجة الوعى السياسى .
- القيم الأخلاقية والدينية السائدة فى المجتمع .
- المستوى الثقافى والاجتماعى والاقتصادى .

وبين من الشكل التوضيحى لنموذج الاتصال الانتخابى أن البيئة الانتخابية لها تأثير مزدوج على المرشح والناخب معاً، فهى التى تملى عليهما طبيعة ومعالم الاتصال الانتخابى من حيث:

- \* شكل الاتصال ( وسيلة الاتصال ) .
- \* موضوع الاتصال ( مضامين الاتصال ) .
- \* أسلوب الاتصال ( أنماط الدعاية ) .

فمن حيث أشكال الاتصال :

تعتمد البيئة الحضرية على وسائل الإعلام الجماهيرية، والمناظرات الانتخابية .

فى حين تعتمد البيئة الريفية والصحراوية على وسائل الاتصال الشخصى مثل اللقاءات الفردية والزيارات العائلية والاتفاقات القبلية .

ومن حيث موضوع الاتصال :

تركز البيئة الحضرية على القضايا العامة للدولة وخاصة القضايا السياسية والاقتصادية .

فى حين تركز البيئة الريفية والصحراوية على القضايا المحلية والخاصة .

ومن حيث أساليب الاتصال :

تستخدم البيئة الحضرية أساليب الاتصال الحديثة والمبتكرة، بينما يشيع استخدام أسلوبى «القسم وآخذ العهود» فى البيئة الريفية والصحراوية .

### المشاركة السياسية:

«تعد المشاركة السياسية ركيزة من ركائز الديمقراطية، وهى تشمل جميع صور اسهام المواطنين فى توجيه عمل أجهزة الحكومة أو أجهزة الحكم المحلى أو لمباشرة القيام بالمهام التى يتطلبها المجتمع سواء كان طابعها استشاريا أو تقريريا أو تنفيذيا أو رقابيا وسواء كانت المساهمة مباشرة أو غير مباشرة»<sup>(٢٧)</sup>.

وتتزايد نسبة المشاركة السياسية فى ظل التعددية الحزبية فى حين تنخفض نسبة المشاركة السياسية فى ظل نظام الحزب الواحد حيث تتحول الى ما يسمى بـ «التعبئة السياسية»<sup>(٢٨)</sup> أو «التجنيد السياسى»<sup>(٢٩)</sup> فنظام الحزب الواحد يؤدى حتما الى ذبوع ظاهرة «العزوف السياسى».

أما المنافسات الحزبية فمن شأنها أن تساعد على تزايد صور المشاركة السياسية للمواطنين<sup>(٣٠)</sup>.

### أسباب (عدم المشاركة السياسية):

يمكن حصر أسباب عدم المشاركة السياسية فيما يلى :

**أولا :** اللامبالاة السياسية تعبيرا عن مسلك عام مرده الاساسى هو التنشئة غير السياسية .

**ثانيا :** صعوبة فهم واستيعاب قوانين الانتخابات وطرق حساب الاصوات .

**ثالثا :** عدم الاقتناع بأى من المرشحين المتنافسين .

**رابعا :** قد يكون هذا الموقف السلبى بعدم المشاركة تعبيرا سلبيا عن موقف سياسى إيجابى وهو «الرفض السياسى» وهذا الرفض قد يتعلق بالمناخ السياسى السائد أو بالنظام الانتخابى أو بأسلوب ادارة الانتخابات .

### **النظام الانتخابى والمشاركة السياسية :**

يمكن اعتبار النظام الانتخابى أحد العوامل المؤثرة فى درجة المشاركة السياسية إذ أن بساطة قواعد النظام الانتخابى وسهولة استيعاب أسسه وأحكامه من شأنها أن تسهم إسهاماً كبيراً فى إقبال المواطنين على المشاركة السياسية فى حين أن نظم الانتخابات المعقدة والتى يصعب - على العامة - استيعابها تؤدى إلى إحجام الكثيرين عن المشاركة فى الانتخابات .

### **الوعى السياسى والبيئة الانتخابية :**

تتأثر البيئة الانتخابية بدرجة الوعى السياسى السائد فى المجتمع وذلك من حيث :

- طبيعة معايير التفضيل بين المرشحين (معايير موضوعية أو معايير شخصية) .
- مضامين الدعاية : ومدى اعتمادها على الحقائق والماديات أم على المشاعر والعواطف .
- أساليب وأنماط الدعاية الانتخابية ومدى توافقها مع درجة الوعى السياسى السائد فى البيئة الانتخابية .

### **اثر القيم الاخلاقية والدينية على البيئة الانتخابية:**

تتأثر البيئة الانتخابية - إلى حد كبير - بالقيم الاخلاقية والدينية السائدة فى المجتمع وذلك من خلال العوامل التالية :

( أ ) الظواهر السلبية للعملية الانتخابية :

ومن أهمها :

(العزوف السياسى وعدم المشاركة السياسية - عدم تعديل المواطن الانتخابى للمواطن فى حالة تغييره) .

(ب) ذبوع أساليب الدعاية غير الاخلاقية :

مثل : ( شراء الأصوات - إطلاق الشائعات حول المرشحين  
المنافسين - إفساد الاجتماعات الانتخابية للخصوم ) .

(ج) الجرائم الانتخابية :

ومن أهم الجرائم الانتخابية المنصوص عليها بالباب الرابع فى قانون  
مباشرة الحقوق السياسية <sup>(٣١)</sup> :

[تعمد أو إهمال قيد أو حذف أسماء بجدول الانتخاب (مادة ٤٠) -  
استعمال القوة، أو التهديد لمنع شخص من إبداء رأى أو لإكراهه على إبداء  
الرأى على وجه خاص أو كل من أعطى آخر أو عرض أو التزم بأن يعطيه فائدة  
كى يحمله على إبداء الرأى على وجه خاص أو الامتناع عنه أو قبول أو طلب  
فائدة من هذا القبيل لنفسه أو لغيره (مادة ٤١) - نشر أو إذاعة أقوال كاذبة  
(مادة ٤٢) - دخول جميعة الانتخاب مع حمل السلاح (مادة ٤٣) - إبداء  
الرأى على نحو يخالف أحكام قانون مباشرة الحقوق السياسية (مادة ٤٤) -  
إختلاس أو إخفاء أو إعدام أو إفساد أحد جداول الانتخاب أو بطاقات  
الانتخاب أو أى أوراق تتعلق بعملية الانتخاب أو تغيير نتيجة الانتخاب (مادة  
٤٥) - الإخلال بحرية الانتخاب باستعمال القوة أو التهديد باستعمالها (مادة  
٤٦) ] .

(ب) الهيئة الناخبة

يمكن تصنيف الموقف الانتخابى للناخبين الى ثلاثة اتجاهات رئيسية  
يتكون كل اتجاه منها من عدة درجات أو فئات من حيث «شدة الاتجاه» <sup>(٣٢)</sup> ،

وذلك على النحو التالى:

الاتجاه الاول : المؤيدون:

وينقسم المؤيدون - من حيث تدرج شدة التأيد - إلى ثلاثة مستويات :

- الأنصار والمعاونون (٣) ويمثلون الدائرة الأولى المحيطة بالمرشح .
- المؤيدون بشدة (٢) .
- المؤيدون (١) .

**الاتجاه الثانى : المحايدون (صفر) :**

وينقسم اتجاه المحايدين إلى درجتين :

- المحايد الايجابى ، وهو من لديه نية المشاركة فى الانتخابات ولكنه لم يحدد موقفه الانتخابى بالنسبة للمرشحين .
- المحايد السلبى ، وهم فئة العازفين عن المشاركة فى الانتخابات .

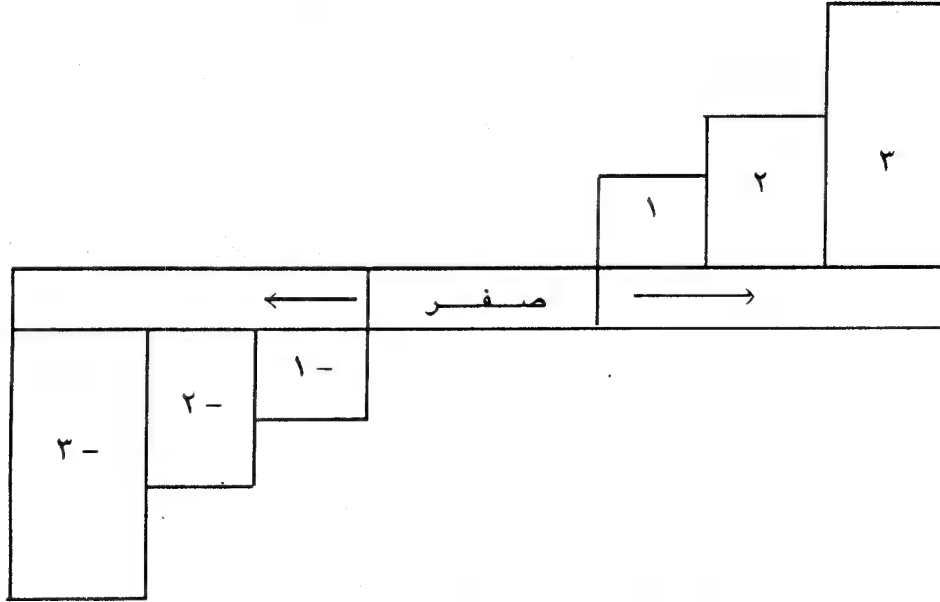
**الاتجاه الثالث : المعارضون :**

وينقسم اتجاه المعارضين - من حيث تدرج شدة المعارضة - إلى ثلاثة مستويات :

- معارض ( ١ - )
- معارض بشدة ( ٢ - )
- من أنصار ومعاونى الخصم ( ٣ - )



ويمكن تبسيط الاتجاهات الثلاثة بالرسم التوضيحي التالي :



وقد يبدو هذا الجدول التدرجى فى غاية اليسر والسهولة إذا ما كان التنافس الانتخابى بين شخصين فقط، ولكن تزداد الصعوبة والتعقيد عندما يكون التنافس بين عدة أشخاص وتتفاقم الصعوبة كلما زاد عدد المرشحين المنافسين، فبالنسبة للمؤيدين فهم لا يثيرون أى مشكلة ولكن ثور وتتعدد أشكال الاتصال الانتخابى عندما تتعدد اتجاهات المعارضين فتتعدد تبعاً ذلك فئات هذا الاتجاه فيكون على المرشح مجابهة عدة فئات من المعارضين ( ١- ، ٢- ، ٣) جملة واحدة .

#### (ج) العلاقة بين المرشحين والناخبين

يسعى المرشح - بالدرجة الأولى - الى توسيع اتجاه المؤيدين له خاصة فئة (المؤيد (١) فتلك الفئة من بين اتجاه المؤيدين هى التى يمكن أن تكون هدفاً لحملات المرشحين المنافسين ومن ثم يجب على المرشح عدم الإرتكان إلى تسكينهم بالفئة (١) والعمل على زيادة درجة تأييدهم بتحويلهم الى مؤيدين

بشدة (فئة ٢) على الأقل أو إدخالهم في فئة الأنصار والمعاونين (٣) . أما بالنسبة لاتجاه المحايدين (خاصة المحايد السلبي) فهي لا تختلف سواء كان المرشحون اثنين أو أكثر، ولكن تنور المشاكل بالنسبة لفئات المعارضين (المعارض ١- أو المعارض بشدة ٢- أو معاوني وأنصار الخصوم ٣- ) فهي تتعدد بتعدد المرشحين المنافسين .

#### تعدد اتجاهات وفئات الهيئة الناجبة :

في حالة وجود ثلاثة مرشحين : أ ، ب ، ج

يمكن تلخيص «الموقف التنافسي» فيما بين المرشحين الثلاثة على الوجه التالي :

حصيلة أصوات المرشح « أ » =

[ جملة أصوات المؤيدين ( ١+ ، ٢+ ، ٣+ ) + ما يمكن استمالته من اتجاه المحايدين ] -

[ مجموع أصوات المعارضين : «المؤيدون للمرشح ب» + أصوات المؤيدين للمرشح ج ]

#### استمالة الهيئة الناجبة :

وفقاً للشكل التوضيحي للاتجاهات الثلاثة لهيئة الناخبين (المؤيدون - المحايدون - المعارضون) والدرجات الثلاث لكل اتجاه منها فإنه يمكن تحديد مراحل استمالة الناخبين وفقاً لما يلي :

#### المرحلة الأولى :

مرحلة توسيع دائرة الأنصار والمعاونين وهي أهم المراحل في الاستمالة ذلك أن الانصار والمعاونين يشكلون الأساس الذي تبدأ منه خطط الاستمالة وبقدر ما تتسع دائرة الانصار والمعاونين بقدر ما يحقق الاتصال الانتخابي أهدافه، ويقصد باتساع تلك الدائرة «الأولى» :

- الاتساع الكمي : بزيادة عدد الأعضاء والمعاونين .

- الاتساع الكيفي : ويتمثل في شدة التأييد .

وتدور أهداف تلك المرحلة حول تحويل أكبر عدد ممكن من المؤيدين (فئة ١) إلى مؤيدين بشدة (فئة ٢) والمؤيدين بشدة إلى فئة الانتصار والمعاونين (٣) .

#### المرحلة الثانية :

وهي المرحلة التي تستهدف تحويل فئة (المحايد الإيجابي «صفر») إلى فئة (المؤيد ١) ، وتتضمن تلك المرحلة عمليتي تحويل للاتجاهات هي :

(١) تحويل فئة المحايد الإيجابي (صفر) الذي لديه ميل للانضمام للمرشح إلى فئة (المؤيد ١) .

(٢) تحويل فئة المحايد الإيجابي (صفر) والذي لديه ميل للانضمام إلى «المنافس» وتغيير اتجاهه لصالح المرشح .

#### المرحلة الثالثة :

وتنصب جهود تلك المرحلة على فئة المحايد السلبي (صفر) ، وتعد تلك المرحلة من أهم مراحل الاتصال الإقناعي الانتخابي للأسباب التالية :

- تتسم تلك الفئة - غالباً - بكثرة أعداد المتتمين إليها سيما في ظل وجود ظاهرة العزوف السياسي بوجه عام .

- هي الفئة «الحاسمة» في تحقيق الفوز في الانتخابات، ذلك أنها هي الدائرة - الوسط - التي تصب فيها مختلف وسائل وأساليب دعايات كل المرشحين إذ يفترض ثبات كل من اتجاه المؤيدين (بفئاته الثلاث) واتجاه المعارضين (بفئاته الثلاث) منذ بداية الحملات الانتخابية لكل المرشحين، فغالباً ما يدور الصراع الانتخابي بين المتنافسين حول استمالة تلك الفئة، ويحكم الصراع - هنا - أسلوب هام من أساليب «إدارة الصراع» وهو :

أسلوب القيمة المحددة Fixed - Sum أو القيمة «صفر» Zero - Sum وهو يعرف أيضاً بنظرية المباريات Game Theory<sup>(٢٣)</sup> ومؤداه أن ما يخسره الطرف الأول يكسبه - بالضرورة - الطرف الثاني ، ذلك أن كل الأرباح فى نظر كل الأطراف = صفر (مثل ألعاب الشطرنج والبليارد والتوقعات) ، فأى شئ يفيد أحد المنافسين ولونسياً يكون بالضرورة ضاراً بذات الدرجة للشخص الآخر .

#### الاتصال الاتقاعى الانتخابى :

على ضوء التعريف السابق عرضه لمصطلح الدعاية الانتخابية فإنه يمكن تحديد شروط الاتصال الانتخابى - الناجح - فيما يلى :

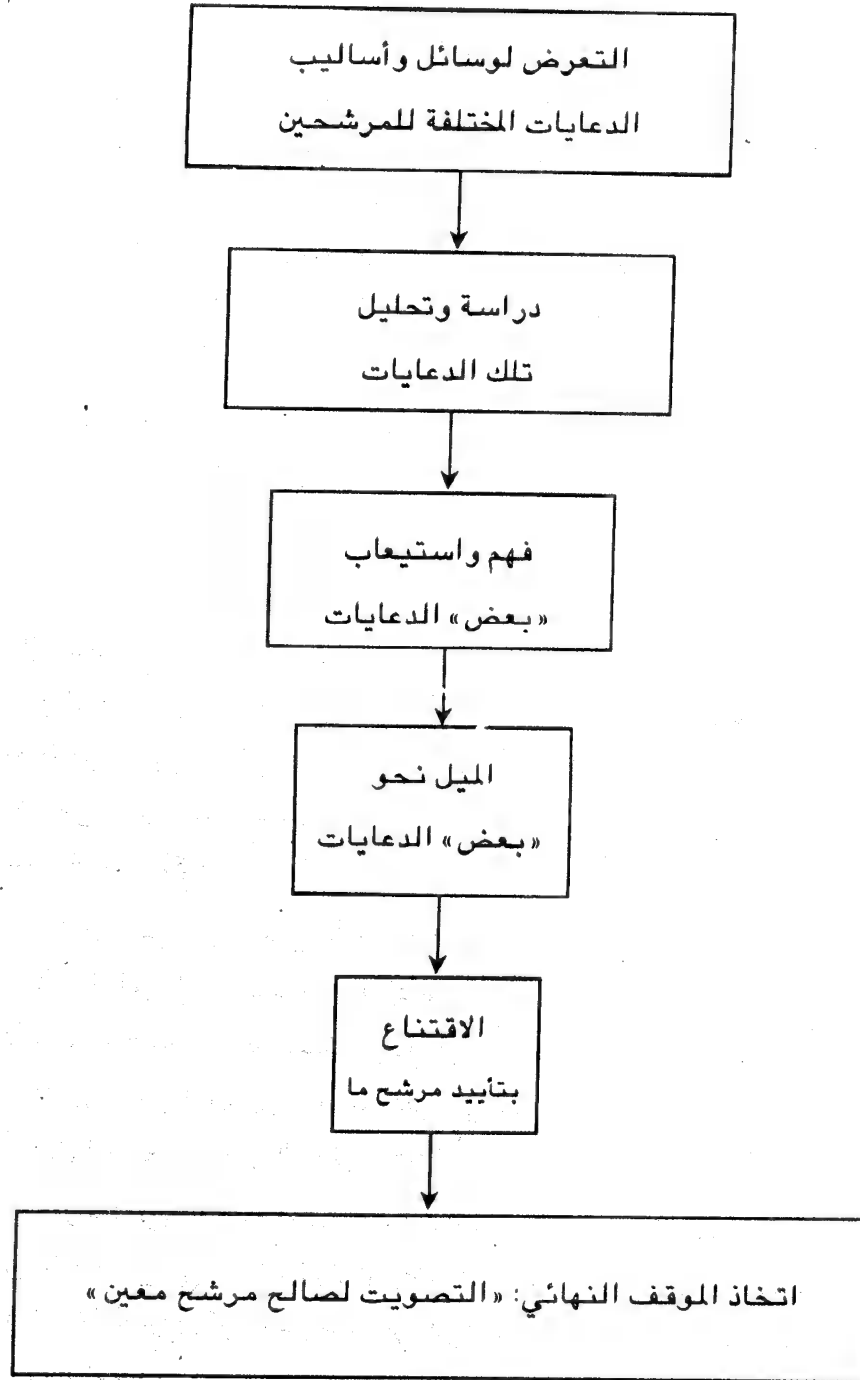
- (١) أن يكون إتصلاً هادفاً .
- (٢) أن يكون مفهوماً من قبل هيئة الناخبين (العبارات - الرموز - الشعارات) .
- (٣) مصداقية ومعقولة مضمون الاتصال ( أى قابلية البرامج الانتخابية للتنفيذ) .
- (٤) تنوع وتكامل وسائل وأساليب الاتصال المستخدمة .
- (٥) ملاءمة وسائل وأساليب الاتصال للبيئة الانتخابية .
- (٦) توافق البرنامج الانتخابى مع رغبات وآمال الناخبين .
- (٧) تميز الاتصال عن غيره من اتصالات المرشحين المنافسين وذلك من حيث :

- شكل الاتصال : ( مدى حدائته )

- مضمون الاتصال : ( موضوعات الاتصال)

#### التعرض الإنتقائى للدعايات الانتخابية :

يوضح الشكل التالى تدرج الاقتناع الإنتقائى للهيئة الناخبة بالنسبة «للمرشحين» :



يتعرض الناخب لسيل من وسائل وأساليب الاتصال الموجهة إليه من العديد من المرشحين فيبدأ فى دراسة وفهم كل أو بعض تلك الدعايات بقصد استيعابها والمفاضلة بينها، ثم تبدأ مرحلة الميل إلى مرشح أو أكثر من بين المرشحين المتنافسين تعقبها مرحلة حسم «الموقف الانتخابى» بالاقتناع بمرشح معين من بين المتنافسين توطئة للإقدام على الموقف النهائى والحاسم وهو الإدلاء بالصوت الانتخابى لصالح هذا المرشح وهو فى ذات الوقت الهدف النهائى من عملية الاتصال الانتخابى الناجح .

وفى هذا الصدد يرى البعض<sup>(٣٤)</sup> أن : " سلوك الناخبين يتوقف على الحالة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية للناخب، وعلى الانتماء للفكرة أو الحزب " .

ولكن يرد على ذلك أن الحالة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية للناخب تمثل المتغير الثابت للعلاقة بين الناخب من ناحية والمرشحين من ناحية أخرى ومن ثم فإن الموقف الانتخابى طبقاً لهذا رأى سوف يكون موحداً بالنسبة لكافة المرشحين، ولكن المعيار الأساسى فى سلوك الناخب هو : مدى التأثير الإقناعى الذى يحدثه اتصال مرشح معين دون غيره من المرشحين وذلك على النحو السالف ذكره . . .

فى حين يرى البعض الآخر- فى معرض الحديث عن مقومات الدعاية - بالنسبة للمرسل أو المستقبل : « يفترض هنا منطقتان : منطق يملكه الشخص الذى توجه إليه، ومنطق يملكه المرسل أو من يقوم بعملية الإتصال، وهناك صراع بين هذين المنطقتين لابد أن ينتهى إلى تغليب منطق المرسل على منطق المستقبل لكى يعتبر العمل الدعائى ناجحاً»<sup>(٣٥)</sup> .

ولكننا نرى أن العلاقة بين المرسل والمستقبل ليست علاقة صراع بأى حال من الأحوال بل هى علاقة قبول أو رفض المستقبل للرسالة التى يوجهها إليه المصدر إنما الصراع يكون بين عدة «مرسلين» على النحو السالف ذكره بالنسبة للنموذج الانتخابى . . .

### مراجع الفصل الأول

- (١) حسن الحلبي، مبادئ في العلاقات العامة، بيروت : منشورات عويدات، ١٩٨٠ م .
- (٢) عبد التواب إبراهيم رضوان، مصر والحرب النفسية، القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٨ .
- (٣) محمد عبد القادر حاتم، الاعلام والدعاية : نظريات وتجارب، القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٧٢ م .
- (٤) محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام وتأثره بالاعلام والدعاية، بيروت : مكتبة لبنان، ١٩٧٣ .
- (٥) على العنتيل ، أسس الدعاية والاعلان، القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٢ م .
- (٦) عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، القاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٨٤ م . ص ١٣٠
- (٧) رءوف شلبي، سيكولوجية الرأي والدعوة، القاهرة : مطبعة الفجر الجديد (الطبعة الثالثة)، ١٩٨٥ . ص ٣٢٢
- (٨) جان - ماري دوميناك، الدعاية السياسية، ترجمة: صلاح مخيمر وعبد ميهائيل، القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٦٠ . ص ٦
- (9) Lippman . w., Public opinion, 16 Printing, (N.y: The macmillon Company, New York, 1957). P 17
- (10) Doop.L., Public opinion & Propagando, (N.y: Henry Holt & Company, 1948).P.13
- (11) Losswell.H., The Future of Polilitical Science, New York, 1964). P 42.

(١٢) حسين فوزى النجار، الإعلام المعاصر، القاهرة: دار المعارف، ١٩٨٤م ص ٩١

(١٣) محمد عبد القادر حاتم، الرأى العام وتأثره بالاعلام والدعاية، مرجع سابق. ص ١٤١

14) White, Ralph.k. "Propogonda : Morally Questionable and Morally unquestionable Techniques, Ana Nov, 1971. P.29

(١٥) لمزيد من التفاصيل عن وسائل وأساليب الدعاية أنظر:

- مختار التهامى، الرأى العام والحرب النفسية، القاهرة: دار المعارف (الطبعة الثالثة)، ١٩٨٢. ص ٩٣ وما بعدها.

- صلاح الدين جوهر، علم الاتصال : مفاهيمه - نظرياته - مجالاته، القاهرة: مكتبة عين شمس، ١٩٧٩. ص ٩٦ وما بعدها.

- محمد عبد القادر حاتم، الرأى العام وتأثره بالاعلام والدعاية، مرجع سابق، ص ١٦١ وما بعدها.

- يحيى أبو بكر، محاضرات فى الدعاية والرأى العام : محاضرات غير منشورة (كلية الاعلام - جامعة القاهرة)، ١٩٧٨م. ص ٢٤ وما بعدها.

- محمد على العوينى، الإعلام الاسلامى الدولى بين النظرية والتطبيق: دراسة إعلامية دينية سياسية - أبو ظبى (العين) : مطبعة كاظم، ١٩٨٣م. ص ٦٣ وما بعدها.

(١٦) على أحمد على، سلوك الانسان : مقدمة فى العلوم السلوكية والنفسية، القاهرة: مكتبة عين شمس، ١٩٧١. ص ٤٥٠

17) David K. Berlo, The Process of Commication (Holt, Riehort and winston, Inc., 1966).



(١٨) جيهان أحمد رشتى، الاسس العملية لنظريات الاتصال، القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٨٧م. ص ٦٥

(١٩) حمدى حسن، مقدمة فى دراسة وسائل وأساليب الاتصال، القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٨٧م. ص ٦٥

20) Lazarsfeld P. Bermond B. Hozel G., The people's choice, (N.y: Colombia university Press, 1948).

21) Scott M. Catlip & Allen H. Center, Effective Public Relations, 5th ecl. (New Jersey: Prentice - Hall Inc.), 1978. P.195.

(٢٢) سعيد اسماعيل حينى، مدخل إلى الإعلام الإسلامى، القاهرة: دار الحقيقة للإعلام الدولى، ١٩٩١م. ص ٩١

(٢٣) محمد على العوينى، أصول العلوم السياسية، القاهرة: عالم الكتب، ١٩٨١م. ص ١٥١ وما بعدها.

(٢٤) و (٢٥) محيى الدين الأزهرى، العلاقات الإنسانية وإدارة الأعمال والأفراد، القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٨٠. ص ٨٨

(٢٦) عبد الرحمن اسماعيل الصالحى، قراءات فى السياسة، الزقازيق: المؤلف ١٩٩٤م. ص ٣٣٩

(٢٧) و (٢٨) محمد على العوينى، دراسات فى العلام الحديث، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٦م. ص ٢١ وما بعدها.

(٢٩) لمزيد من التفاصيل عن (أهمية ومجالات وصور ودرجات المشاركة) أنظر:

- عبد الرحمن اسماعيل الصالحى، مرجع سابق. ص ٣٤٩ وما بعدها.

- المشاركة الشعبية (سلسلة تقارير مجلس الشورى - التقرير رقم ٢٢)،

القاهرة: دار الشعب للطباعة والنشر، ١٩٨٩م. ص ١٥ وما بعدها.

(٣٠) القانون رقم ٧٣ لسنة ١٩٥٦ بتنظيم مباشرة الحقوق السياسية: ويرجع فى شأنه وتعديلاته الى المصادر التالية :

- النشرة التشريعية، عدد مايو ١٩٥٦

- الوقائع المصرية، العدد ٤٣ مكرر فى ٣١ مايو ١٩٥٦

- قانون مباشرة الحقوق السياسية وتعديلاته، مطبوعات مجلس الشعب، ١٩٨٣، ص ٧٥

(٣١) لمزيد من المعرفة عن الاتجاهات السلوكية والنفسية يرجع إلى :

- فرج الكامل، تأثير وسائل الاتصال: الأسس النفسية والاجتماعية، القاهرة دار الفكر العربى، ١٩٨٥م. ص ٧٨

- محمد على شبيب، السلوك الانسانى فى التنظيم، القاهرة: دار الجيل للطباعة (الطبعة الثالثة) ١٩٧٨م. ص ٤١

(٣٢) أنظر :

- كارل دويتش ، تحليل العلاقات الدولية، ترجمة : شعبان محمد محمود شعبان، مراجعة وتقويم : عز الدين فودة، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٣م. ص ١٥٩

- محمد نصر مهنا، وعبد الرحمن الصالحى، علم السياسة بين التنظير والمعاصرة، الاسكندرية : منشأة المعارف، ١٩٨٥م. ص ١٥٧

(٣٣) شاهيناز طلعت ، الرأى العام، القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٦م. ص ١٨٤

(٣٤) سامية محمد جابر ، الاتصال الجماهيرى والمجتمع الحديث (النظرية والتطبيق) ، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٦م. ص ٢١٠

## الفصل الثاني

### الحملة الانتخابية

#### تعريف الحملة الانتخابية :

هى الإطار الدعائى الشامل (المخطط والمركب) الذى يتكون من سلسلة متصلة ومتناسقة من وسائل وأساليب الاتصال الانتخابية التى من شأنها:

- استمالة أكبر عدد من الناخبين .
- مقاومة الدعاية أو الدعايات المنافسة للمرشحين الآخرين، وذلك بهدف الحصول على أصواتهم الانتخابية .

#### سمات الحملة الانتخابية :

تتصف الحملة الانتخابية بأربع سمات أساسية هى :

\* من حيث الظرف المكانى : (الانتشار) فى كافة أنحاء الدائرة الانتخابية .

\* من حيث الظرف الزمنى : (الاستمرارية) طوال فترة الانتخاب .

\* من حيث الأشخاص : (العمومية) فالمفترض أن توجه إلى كل مواطنى الدائرة على اختلاف مشاربهم .

\* من حيث التنفيذ : (المرونة) لمواجهة الظروف المتغيرة والمفاجئة أثناء تنفيذ خطة الحملة .

#### تخطيط الحملات الانتخابية :

التخطيط أساساً عبارة عن مجموعة من المراحل والخطوات التى تتخذ لمواجهة كافة الظروف المتوقعة خلال فترة زمنية مستقبلية، ويبدأ التخطيط -

كنظرة مستقبلية - بالتفكير ومحاولة التنبؤ، بما يمكن أن تكون عليه الظروف المستقبلية مع الأخذ في الاعتبار المتغيرات والظواهر التي يمكن أن تلعب دوراً أساسياً في التحكم في الصورة المستقبلية، ودراسة كل الموارد والجهود التي يمكن استخدامها وكيفية الاستخدام الأمثل لها، ثم تأتي أخيراً مرحلة تحديد الأهداف ورسم السياسات التي يجب اتباعها خلال الفترة الزمنية القادمة والتي يوضع لها التخطيط بغية تنفيذ تلك الأهداف، واتخاذ القرارات على ضوء التصورات والتنبؤات والموارد المتاحة والممكنة التي يمكن بمقتضاها مواجهة ظروف المستقبل وتحقيق الأهداف المطلوبة.

ويمكن حصر المفاهيم العامة التي تشكل الإطار العام - المجرد - لتخطيط الحملات الانتخابية «البرلمانية» فيما يلي :

#### **أولاً : الإعداد الذاتي للمرشح :**

يخطئ الكثيرون عندما يتصورون أن الإعداد للحملات الانتخابية يبدأ فقط من وقت الإعلان عن الترشيح لعضوية البرلمان ذلك أن تكثيف الحملة الانتخابية والإنفاق السخي لا يضمنان - وحدهما - الوصول إلى المقعد البرلماني، فثمة عوامل شخصية تكون راسخة في أذهان الناخبين - سلفاً - عن المرشحين، تكون هي في واقع الأمر العامل الحاسم والمؤثر في عمليات الإقناع الانتخابي، فتاريخ المرشح السياسي والاجتماعي بالدائرة هو المؤشر الأول في بداية الإعداد للحملة الانتخابية خاصة إذا ما كان عضواً سابقاً بالبرلمان، فالصورة الذهنية السلفية أو القبلية هي المحك الرئيسي في عمليات الاتصال الانتخابي لا تؤثر فيها ضوضاء الدعاية أو صخبها وإبهارها أو مدى الإنفاق المادي.

#### **ثانياً : توفر البيانات والمعلومات عن الدائرة الانتخابية :**

والتي تتمثل في إعداد البيانات التالية :

- جملة المقيدین بجداول الانتخاب .
- أماكن تجمعات وتمركز هيئة الناخبين .
- تحديد قادة الرأي <sup>(١)</sup> بالدائرة .

#### ثالثاً: دراسة البيئة الانتخابية :

من حيث :

- الخصائص الديموجرافية لهيئة الناخبين وفئاتها الاجتماعية .
- الخصائص الحضارية ومدى تبنيها للأفكار المستحدثة .
- الميول الحزبية والاتجاهات السياسية للهيئة الناجبة .

#### رابعاً: دراسة الاحتياجات السياسية والاجتماعية والسياسية للدائرة الانتخابية:

وتتمثل فى :

- المشاكل العاجلة التى تعاني منها الدائرة .
- الاحتياجات الملحة للدائرة .

#### خامساً: إعداد البرنامج الانتخابى :

ويتضمن كيفية مواجهة المشاكل التى تعاني منها الدائرة، وكذلك سبل تلبية كافة الاحتياجات الملحة بها .

#### سادساً: تمويل الحملة الانتخابية :

وتتمثل فى تدبير الموارد المالية المخصصة لنفقات الدعاية الانتخابية وإعداد الخطة المالية للإنفاق الدعائى وذلك عن طريق تحديد معدل الإنفاق الانتخابى الواجب تدبيره للحملة الانتخابية .

جملة مصروفات الحملة الانتخابية

ومعدل الإنفاق الانتخابى =

عدد المواطنين المقيدین بالدائرة

فى حين أن :

$$\text{عائد الإنفاق الانتخابى} = \frac{\text{جملة مصروفات الحملة الانتخابية}}{\text{عدد الأصوات الحاصل عليها المرشح}}$$

فعائد الإنفاق الانتخابى يمثل مردود الإنفاق الانتخابى باعتباره مؤشراً  
للتكلفة النسبية للصوت الانتخابى .

**سابعاً: تحديد وسائل وقنوات الاتصال:**

وفقاً للاعتبارات التالية :

- التكامل الدعائى لوسائل الاتصال المختلفة .

- مدى تناسب وسائل الاتصال مع طبيعة البيئة الانتخابية .

**ثامناً: تحديد أساليب الاتصال الدعائية:**

مع مراعاة أن تتوافق مع الإطار الدلالى للبيئة الانتخابية وحسن اختيار  
الرموز الانتخابية الموحية والمؤثرة فى الهيئة الناجبة .

**تاسعاً: جدولة الحملة الانتخابية:**

يضع الخبير الدعائى أو المخطط للحملة الانتخابية عدة اعتبارات أو  
معايير هى :

**★ المعيار الجغرافى : ويتمثل فى :**

- التغطية الجغرافية لمناطق وقطاعات الدائرة .

- تحديد مناطق التجمعات السكانية والعمالية والمهنية .

**★ المعيار الزمنى : ويعنى به :**

- فترة الدعاية .

- الزمن الحرج .

★ المعيار الثقافى :

ويقصد به - على وجه الخصوص - مدى انتشار الأمية بالدائرة، الأمر الذى يفيد فى انتقاء الوسيلة والأسلوب المناسب للبيئة الانتخابية .

★ المعيار المادى :

إن جدولة الإنفاق الدعائى لاتقل أهمية عن جدولة مراحل الحملة ذاتها ذلك أن حجم التمويل المخصص للحملة يؤثر بطبيعة الحال فى مدى التوسع فى استخدام وسائل وأساليب الاتصال المختلفة .

عاشرا : إعداد الشبكات التخطيطية :

وتستخدم تلك الوسيلة فى الانتخابات الكبرى مثل انتخابات الرئاسة أو من قبل الاحزاب كى تدير من خلالها الحملات الانتخابية فى كافة الدوائر الانتخابية الكبيرة (سواء فى المساحة أو فى عدد السكان) .

ويمكن إعداد الشبكات التخطيطية للحملات الانتخابية من خلال أسلوبين :

الاول : أسلوب «بيرت»<sup>(١)</sup> :

وهو أسلوب من شأنه تحديد أفضل السبل للوصول إلى تحقيق أهداف الحملة بأعلى كفاءة ممكنة .

الثانى : أسلوب «المسار الحرج»<sup>(٢)</sup> :

ويعنى بدراسة العلاقة بين الوقت والنفقات فى تنفيذ مراحل الحملة وامكانات الإحلال والتبادل بينها .

ويعتمد كلا الأسلوبين على تقسيم الحملة الانتخابية إلى عدد من الأنشطة وتحديد خط التتابع بينها .

وتبرز أهمية إعداد الشبكات التخطيطية فى الحالات التالية :

- المتابعة اليومية للإنجازات الدعائية .
- تعديل مسار الحملة من عدة وجوه هى :
- \* عرض وسائل وأساليب دعائية جديدة .
- \* مواجهة أوجه القصور التى قد تكشف عنها الممارسات الدعائية .
- \* مواجهة الطوارئ الانتخابية من قبل الدعايات المنافسة .
- \* تكثيف قنوات الاتصال فى بعض الأماكن والتجمعات الانتخابية .

#### **حادى عشر: تحديد تكتيك تنفيذ الحملة :**

على مخطط الحملة الانتخابية أن يتقن التكتيك المناسب للبيئة الانتخابية  
من بين التكتيكات التالية :

#### **\* البداية القوية والتناقص التدريجى :**

بقصد جذب أكبر عدد من الأنصار والمعاونين فى بداية الحملة الانتخابية .

#### **\* البداية المحدودة والتزايد التدريجى :**

لدراسة الدعايات المنافسة والتركيز على المرحلة الزمنية الأخيرة من فترة الانتخاب .

#### **\* تكتيك التوازن :**

ويعنى أن تكون مراحل الحملة كلها متساوية فى قوتها من البداية للنهاية ، الأمر الذى يعنى زيادة معدل التكرار للرسالة الانتخابية .



**\* التبادل فى خلق الأثر الإعلامى :**

أو الأسلوب التبادلى ، ويعنى : بداية قوية للحملة ثم تناقص تدريجى ، ثم بداية قوية أخرى بوسائل وأساليب جديدة ، يعقبها تناقص تدريجى . . . وهكذا . . .

**وفيد هذا التكنيك فى تحقيق الأهداف التالية :**

- مواجهة الأساليب التنافسية خاصة عند تعدد المرشحين المنافسين .
- التركيز الدعائى فى «الأزمة الحرجة» .
- مراجعة وتقويم كل مرحلة من مراحل الحملة بغية استبصار « عوائق الاتصال» .

مع الأخذ فى الاعتبار أنه رغم تنوع تلك التكنيكات فإن استمرارية الحملة من البديهيّات الأساسية حتى فى أقصى مراحل التناقص التدريجى ، وإلا أدى الأمر إلى حدوث «فجوة اتصالية» أو إنقطاع اتصالى بين المرشح والهيئة الناجبة يتيح للمنافسين فرصة شغل هذا «الفراغ الاتصالى» .

## مراجع الفصل الثانى

1) Rogers E. & Shoemaker F., Communication of Innovation A cross Cultural Approach, (New York: The Free Press), 1961. P. 199.

(٢) حسن عبد الله، بحوث العمليات وتطبيقاتها فى مجال الادارة ،  
القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٧٦ . ص ١٦٥

(٣) على السلمى ، الأساليب الكمية فى الادارة ، القاهرة : دار المعارف ،  
١٩٧٣ . ص ٣٧٣

## الفصل الثالث

### البيئة الانتخابية

شهدت البيئة الانتخابية المصرية عدة ظواهر سياسية وإعلامية صاحبت إنتخابات الفصلين التشريعيين الخامس والسادس . وقد تبين لنا أن ظاهرة (عدم الاستقرار البرلماني) هي الظاهرة السائدة في البيئة الانتخابية المصرية منذ نشأة الحياة البرلمانية في مصر حتى الان . .

ومن ثمة فأنا نتناول في هذا الفصل :

\* ظاهرة عدم الاستقرار البرلماني .

\* الظواهر السياسية والإعلامية للعملية الانتخابية للفصل التشريعي الخامس (١٩٨٧) .

\* الظواهر السياسية والإعلامية للعملية الانتخابية للفصل التشريعي السادس (١٩٩٠) .

وذلك على التفصيل التالي . . .

---

### « ظاهرة عدم الاستقرار البرلمانى »

بالرغم من أن جمهورية مصر العربية تشهد منذ فترة طويلة - وبوجه عام - إستقرارا سياسيا فى غالبية مكونات النظام السياسى المصرى إلا أن النظام البرلمانى يتسم دوما بظاهرة عدم الاستقرار السياسى .

وقد تم رصد تلك الظاهرة من خلال ثلاثة متغيرات أساسية هى :

عدم استكمال البرلمان المصرى لفصوله التشريعية كاملة .

عدم الاستقرار التشريعى بالنسبة للقوانين التى تتعلق بالنظام البرلمانى .

عدم الاستقرار على نظام إنتخابى واحد .

وفيما يلى عرض لكل منها :

#### (١) عدم استكمال البرلمان المصرى لفصوله التشريعية كاملة :

وقد لازمت تلك الظاهرة البرلمانات المصرية منذ بدء الحياة النيابية فى مصر إذ لم يكمل البرلمان مدته الدستورية ( ٥ سنوات ) سوى ثلاثة مجالس فقط هى :

مجلس عام ١٩٧١ : ١٩٧٦ ( الفصل التشريعى الاول )

مجلس عام ١٩٧٩ : ١٩٨٤ ( الفصل التشريعى الثالث )

مجلس عام ١٩٩٠ : ١٩٩٥ ( الفصل التشريعى السادس - الحالى )

وكانت كافة الدساتير المصرية تمنح حق حل البرلمان للملك ثم لرئيس الجمهورية على إطلاقه دون ما قيد أو شرط ينظم أو يحد من هذا الحق الخطير، إلا أن دستور ١٩٧١ إستن سنة دستورية جديدة فلم يجعل هذا الحق مطلقا لرئيس الجمهورية إذ قيده بضرورة موافقة الشعب على اتخاذ قرار حل مجلس الشعب فى صورة إستفتاء شعبى، ومن ثم صار مبدأ جواز حل مجلس الشعب إستثناءً دستوريا وليس حقا أصيلا لرئيس الدولة .

### **الشروط الدستورية لحق رئيس الدولة فى حل مجلس الشعب :**

وفقا لنصوص الدستور فإنه يمكن إجمال شروط استعمال هذا الحق فيما يلى :

- (١) توفر حالة الضرورة التى تملى على رئيس الدولة حل المجلس .
  - (٢) إستفتاء الشعب على قرار الحل، إذ إن سلطة رئيس الدولة تنحصر فى إصدار قرار بوقف جلسات مجلس الشعب ثم إجراء الاستفتاء الشعبى على قرار حل المجلس .
  - (٣) سرعة تشكيل المجلس الجديد :
- حرص الدستور المصرى على تقصير فترة «الغياب البرلمانى» حتى لا يكون قرار إيقاف جلسات المجلس ذريعة لتعطيل البرلمان، فقد حدد الدستور مواقيت إجراءات حل المجلس وفقا لما يلى :
- ضرورة إجراء الاستفتاء الشعبى على حل المجلس خلال ثلاثين يوما من صدور قرار رئيس الجمهورية بإيقاف جلسات المجلس .
  - بعد موافقة الشعب على حل المجلس لابد أن يتضمن قرار رئيس الجمهورية بحل المجلس دعوة الناخبين لإجراء انتخابات جديدة فى ميعاد لايجاوز ستين يوما من تاريخ إعلان نتيجة الاستفتاء .

- ضرورة أن ينعقد المجلس الجديد خلال الأيام العشرة التالية لانتهاء انتخابات المجلس الجديد .

**(ب) عدم الاستقرار التشريعي :**

تنظم الحقوق والواجبات السياسية للمواطن المصرى ثلاثة تشريعات سياسية هى : (قانون مباشرة الحقوق السياسية - قانون مجلس الشعب - قانون الأحزاب السياسية) . والأصل المتعارف عليه بالنسبة للنصوص التشريعية أنها لا بد أن تتسم بالديمومة والاستمرارية فكثرة تعديل وتغيير النصوص التشريعية تؤدى إلى ما يعرف بظاهرة «عدم الاستقرار التشريعي»، وهى الظاهرة التى شابت تلك القوانين - السياسية- وذلك على الإجمال التالى :

**\* القانون رقم ٧٣ لسنة ١٩٥٦ بتنظيم مباشرة الحقوق السياسية :<sup>(١)</sup>**

أجريت لهذا القانون تسعة تعديلات تشريعية أولها القانون رقم ٢٣٥ لسنة ١٩٥٦<sup>(٢)</sup> وآخرها القرار بالقانون رقم ٢٢٠ لسنة ١٩٩٤<sup>(٣)</sup>

وقد شملت تلك التعديلات ٢٨ مادة من مواد القانون التى بلغت ٥٦ مادة عند إصداره، أى أن التعديلات التشريعية شملت نصف مواد هذا القانون، ومتوسط سريان هذا القانون حوالى أربع سنوات فقط (٩ تعديلات فى ٣٩ سنة) .

**\* القانون رقم ٣٨ لسنة ١٩٧٢ فى شأن مجلس الشعب :<sup>(٤)</sup>**

تعديل هذا القانون - أيضا بتسعة تعديلات تشريعية منذ صدوره، كان أولها : القانون رقم ١٦ لسنة ١٩٧٤<sup>(٥)</sup> وآخرها القرار بالقانون رقم ٢٠١ لسنة ١٩٩٠م<sup>(٦)</sup>، وشملت تلك التعديلات ٢٠ مادة من مواد القانون التى بلغت ٤٢ مادة عند إصداره، أى أن التعديلات قاربت على نصف مواده، ومتوسط سريان هذا القانون ستان ونصف (٩ تعديلات فى ٢٣ سنة) .

**\* القانون رقم ٤٠ لسنة ١٩٧٧ بنظام الأحزاب السياسية :<sup>(٧)</sup>**

قام المشرع بتعديل هذا القانون بستة تعديلات تشريعية أولها :

القرار بالقانون رقم ٣٦ لسنة ١٩٧٩<sup>(٨)</sup> وآخرها القرار بالقانون رقم ٢٢١ لسنة ١٩٩٤ ، وقد شملت تلك التعديلات ١٧ مادة من إجمالى مواد القانون (٣٣ مادة) أى نصف مواده ، ومتوسط سريان هذا القانون ثلاث سنوات (٦ تعديلات فى ١٨ سنة) .

**(ج) عدم استقرار النظام الانتخابى :**

طبقت مصر - خلال مسيرتها البرلمانية - أربعة نظم إنتخابية متباينة (على النحو السالف عرضه بالفصل الرابع) ، وقد كان مجلس الأمة (٢١ يوليو ١٩٦٠ : ٢٢ يونيو ١٩٦١) هو آخر مجلس نيابى يطبق فى شأنه نظام الانتخاب الفردى الذى درجت عليه مصر منذ بدء الحياة النيابية فى ٢٥ نوفمبر عام ١٨٦٦ (إفتتاح دور الانعقاد الأول للهيئة النيابية الأولى ) ثم عدل عنه المشرع إلى نظام الانتخاب الشئى مع التمييز الفئوى إعتبارا من مجلس الأمة (٢٤ مارس ١٩٦٤ - ١٦ إبريل ١٩٦٨) واستمر هذا النظام الانتخابى ساريا منذ هذا التاريخ حتى صدور القانون رقم ١١٤ لسنة ١٩٨٣ المعدل لقانون مجلس الشعب وتحول بموجبه المشرع من نظام الانتخاب الشئى إلى نظام الانتخاب بالقائمة النسبية الاجبارية مع التمييز الفئوى وتمت بموجبه إنتخابات الفصل التشريعى الرابع (١٩٨٤ : ١٩٨٧) ، ثم عدل المشرع عن هذا النظام مرة أخرى إلى نظام الانتخابات بالقائمة النسبية الاجبارية المدعم بالانتخاب الفردى بموجب القانون ١٨٨ لسنة ١٩٨٦ وأجريت إنتخابات الفصل التشريعى الخامس لمجلس الشعب وفقا لأحكام هذا النظام الانتخابى (١٩٨٧ : ١٩٩٠) ، ثم عدل المشرع - أخيرا- عن هذا النظام ليأخذ مرة ثانية بنظام الانتخاب الشئى مع التمييز الفئوى بموجب القرار بالقانون رقم ٢٠١ لسنة ١٩٩٠ ، وأجريت

انتخابات الفصل التشريعى السادس لمجلس الشعب (١٩٩٠) بموجب هذا النظام الانتخابى . .

ويبين من ذلك :

- أنه منذ عام ١٩٦٠ حتى عام ١٩٩٥ طبقت مصر أربعة نظم إنتخابية .  
- متوسط سريان النظام الانتخابى سبع سنوات ونصف أى أقل من فصلين تشريعيين .

- أن نظام الانتخاب الفردى هو النظام الأكثر تطبيقا فى مصر (من عام ١٨٦٦ إلى عام ١٩٦٠) أى ٩٤ عاما، يليه نظام الانتخاب الثانى مع التمييز الفئوى (من عام ١٩٦٤ إلى ١٩٨٤)، ومرة أخرى من عام (١٩٩٠) أى ٢٥ عاما .

- إن نظام الانتخاب بالقائمة النسبية الاجبارية مع التمييز الفئوى طبق مرة واحدة فقط (١٩٨٤) وألغى بعد ثلاث سنوات من تطبيقه .

- إن نظام الانتخاب بالقائمة النسبية الاجبارية المدعم بالانتخاب الفردى طبق أيضا لمرة واحدة فقط (١٩٨٧) وألغى بعد ثلاث سنوات من إصداره .

وهو الأمر الذى يمكن معه القول إن نظام الانتخاب البرلمانى إتسم بعدم الاستقرار خلال تاريخ الحياة البرلمانية المعاصرة (منذ عام ١٩٦٠) حتى إجراء انتخابات الفصل التشريعى السادس لمجلس الشعب (١٩٩٠) .

وفيما يلى عرض شامل للظواهر السياسية والاعلامية التى صاحبت إنتخابات الفصلين التشريعيين الخامس والسادس (كل على حدة) . . .



## الظواهر السياسية والاعلامية للعملية الانتخابية

### للفصل التشريعى الخامس (١٩٨٧)

- الفصل التشريعى الخامس لمجلس الشعب المصرى (١٩٨٧) هو المجلس رقم (٩) منذ قيام ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ ، والمجلس رقم (١٩) منذ دستور ١٩٢٣ ، والمجلس رقم (٢٩) منذ بدء الحياة النيابية عام ١٨٦٦ .

- جملة المقيدىن بجداول الانتخاب : ١٦٢ ٣٢٤ ١٤ مليون  
الحاضرون الذين أدلوا بأصواتهم : ٤٦٧ ٢٢٧ ٧ ملايين  
مجموع الأصوات الصحيحة : ٩٠٨ ٨٢٤ ٦ ملايين

مجموع الأصوات الباطلة : ٥٥٩ ٤٠٢ -- ألفا  
( نسبة الـ ٨ ٪ ) : ٩٩٢ ٥٤٥ -- ألفا

### - نتائج الانتخابات -

خاض انتخابات الفصل التشريعى الخامس خمسة أحزاب سياسية كانت جملة الأصوات التى حصلت عليها هى :

الحزب الوطنى الديمقراطى ٧٥٨ ٧٥١ ٤ ملايين  
( بنسبة ٦٩.٦ ٪ )

تحالف العمل والاحرار ٥٢٥ ١٦٣ ١ مليون  
( بنسبة ١٧ ٪ )

الوفد الجديد ٠.٢٤ ٧٤٦ - ألفا  
( بنسبة ١٠.٩ ٪ )

التجمع التقدمى الوحى ٥٧٠ ١٥٠ - ألفا  
( بنسبة ٢.٢ ٪ )

حزب الأمة ٣١ . ١٣ - ألفا  
(بنسبة ١٩.٠٪)

وبيين من ذلك أن كلا من حزبي : التجمع والأمة لم يمثلًا بالمجلس لعدم حصول أى منهما على ٨٪ من مجموع الأصوات الانتخابية على مستوى الجمهورية .

#### - التوزيع الحزبي للأعضاء :

حصل الحزب الوطنى على ٣٤٨ مقعدا برلمانيا :

(٣٠٩ وفقا للقائمة الحزبية ، ٣٩ مقعدا فرديا) .

وحصل تحالف العمل والأحرار على ٦٠ مقعدا :

(٥٦ مقعدا على القوائم ، ٤ مقاعد فردية)

وحصل حزب الوفد على ٣٥ مقعدا :

(جميعها وفقا لنظام القوائم إذ لم يفز أحد أعضائه بأى من المقاعد الفردية )

وحصل المستقلون على خمسة مقاعد فردية فقط . (إجمالى عدد أعضاء مجلس الشعب المنتخبون (٤٤٨) عضوا) .

#### **وفيما يلى عرض للظواهر السياسية والإعلامية لانتخابات الفصل التشريعى الخامس ..**

**الظاهرة الاولى :** تأييد كافة الأوساط السياسية وسيما أحزاب المعارضة لقرار رئيس الجمهورية بحل مجلس الشعب (الفصل التشريعى الرابع) وإجراء إنتخابات المجلس الجديد (الفصل التشريعى الخامس) :

تبين فيما سلف أنه منذ عام ١٩٢٣ لم يكمل أى مجلس تشريعى مدته الدستورية كاملة فيما عدا ثلاثة مجالس فقط (مجلس ١٩٧١ : ١٩٧٦) ،

(مجلس ١٩٧٩ : ١٩٨٤)، والمجلس الحالي : (١٩٩٠ : ١٩٩٥) وذلك بسبب ما كانت تلاقيه تلك المجالس من قرارات الحل سواء بمراسيم ملكية أو بقرارات جمهورية، وقد كانت قوى المعارضة الوطنية تندد دائما بهذا الحل الذى يعبر عن سطوة الحاكم وهيمنة السلطة التنفيذية على إختصاصات السلطة التشريعية إلا أن قوى المعارضة فى مصر أشادت وأيدت قرار رئيس الجمهورية بحل مجلس الشعب المصرى، بل إن أحزاب المعارضة كانت تطالب بهذا القرار قبل إصداره، بل يمكن القول إن قرار حل مجلس الشعب كان إستجابة لمطالبة المعارضة السياسية فى مصر ذلك أن أصوات المعارضة المطالبة بحل مجلس الشعب كانت أعلى من صوت الحزب الوطنى الديمقراطى، فبعض أعضائه كان يعارض قرار الحل والبعض الآخر كان يطالب به على إستحياء.

وفيما يلى تصريحات لبعض قادة أحزاب المعارضة فى هذا الصدد : <sup>(٩)</sup>

- فؤاد سراج الدين «رئيس حزب الوفد» :

« إن القرار جاء استجابة لمطلب الحزب منذ أربعة شهور . . ان رؤساء أحزاب المعارضة كانوا يعززون المطالبة بحل المجلس فى المؤتمر الشعبى الذى سيعقد فى ٥ فبراير ١٩٨٧ » (أى قبل صدور قرار حل المجلس بيوم واحد) .

- خالد محيى الدين «رئيس حزب التجمع» :

«إن قرار الحل أمر طبيعى بعد أن ثبت أن القانون الذى انتخب المجلس على أساسه غير دستورى ويستلزم الأمر أن يستخدم الرئيس مبارك سلطاته الدستورية بعد ظهور النتيجة - بالموافقة على حل المجلس - لإصدار قرار بقانون انتخاب جديد يحظى بالموافقة العامة وغير مطعون فى دستوريته» .

- إبراهيم شكرى «رئيس حزب العمل الاشتراكى» :

«إن قرار الرئيس مبارك يعد قرارا حكيما ويفتح الباب لتصحيح الأوضاع إذ ان المجلس كان منتخبا على أساس قانون اتضح عدم دستورية مواده» .

- مصطفى كامل مراد «رئيس حزب الأحرار»:

«إنه إجراء دستوري يؤكد حرص الرئيس على الأوضاع الدستورية في مصر».

وبتحليل محتوى الممارسات السياسية والبرلمانية للأحزاب، وما تناولته الجرائد القومية وجرائد المعارضة من أقوال وتصريحات فإنه يمكن حصر أسباب المطالبة بحل مجلس الشعب فيما يلي :

#### **أولاً: من جانب المعارضة :**

(١) الرغبة في التغيير وعدم الاقتناع بالممارسات البرلمانية لمجلس الشعب (الفصل التشريعي الرابع ٨٤ : ١٩٨٧) .

(٢) الاعتراض على رئيس مجلس الشعب، وانحصرت أسباب الاعتراض في أمرين :

- أمر شكلي : ويتمثل في كونه معيناً من بين العشرة المعيّنين وليس عضواً منتخباً، وقد جرى العرف البرلماني على أن يتولى رئاسة المجلس عضو من الأعضاء المنتخبين وليس المعيّنين .

- أمر موضوعي : يتعلق بأسلوب إدارته للجلسات البرلمانية إذ كان يدير برلماناً منتخباً في ظل التعددية الحزبية بأسلوب إدارة جلسات الحزب الواحد .

(٣) الانتقادات الدستورية والقانونية التي وجهت إلى النظام الانتخابي (والسالف عرضها) .

#### **ثانياً: موقف الحزب الوطني :**

يمكن القول ان موقف الحزب الوطني تجاه طرح فكرة حل مجلس الشعب لم يكن واضحاً أو حاسماً إذ انقسمت الآراء إلى اتجاهين :

الاتجاه الأول : يعارض فكرة حل مجلس الشعب :

وكانت دوافع هذا الاتجاه المعارض لفكرة الحل هي :

- الرغبة فى عدم تلبية مطلب المعارضة فى هذا الشأن .
- عدم إطمئنان - بعض الأعضاء إلى الاستمرار فى عضوية المجلس إذا ما أجريت انتخابات جديدة .
- عدم الاستعداد السياسى لخوض انتخابات مبكرة ذلك أن نظام الانتخاب بالقائمة باعد - إلى حد كبير - بين النائب من ناحية والبيئة الانتخابية من ناحية أخرى ومن ثم فإن «الموسم الانتخابى» لم يكن قد حان موعده بعد بالنسبة لهم .

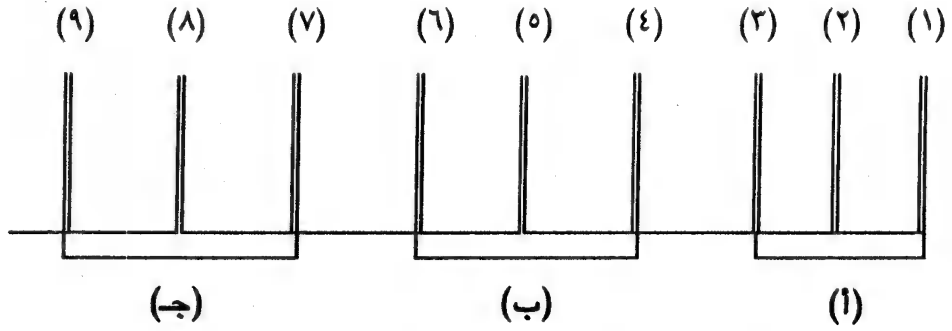
الاتجاه الثانى : يؤيد فكرة حل مجلس الشعب :

وكان هذا الاتجاه يعبر عن رأيه فى غير علانية مستندا إلى الأسباب التالية :

- عدم دستورية قانون الانتخاب ، وعدم الرضا عن المشاركة فى مجلس غير دستورى .
- درء شبهة ترشيح رئيس الجمهورية (لفترة رئاسة أخرى) من قبل مجلس غير دستورى .

#### **الظاهرة الثانية: التقلات الحزبية :**

قبل التعرض للتطبيقى لتلك الظاهرة يجب - بداءة - التعرض للسلم السياسى الحزبى وهو عبارة عن رسم توضيحى أصم للاتجاهات الحزبية التجريدية وهو على شكل سلم سياسى يتدرج من اليمين الى اليسار أو العكس ، طبقا للرسم التوضيحى التالى :



ينقسم السلم السياسى الحزبى إلى ثلاث مجموعات رئيسية هى :

(أ) مجموعة أحزاب اليمين : وتضم :

(أقصى اليمين (١) - وسط اليمين (٢) - يسار اليمين (٣) )

(ب) مجموعة أحزاب الوسط : وتضم :

(يمين الوسط (٤) - الوسط (٥) - يسار الوسط (٦) )

(ج) مجموعة أحزاب اليسار : وتضم :

(يمين اليسار (٧) - وسط اليسار (٨) - أقصى اليسار (٩) )

### ونمة ملاحظات اربع يجدر التنويه اليها بشأن هذا السلم السياسى وهى:

**الملاحظة الاولى :** أنه مجرد رسم تجريدى «نظرى» إذ إنه فى الواقع

العملى كثيرا ما تختلط المفاهيم الحزبية بين درجات هذا السلم المتقاربة بل إنها أحيانا تكاد تتشابه بل تتطابق مثل : (يسار اليمين مع يمين الوسط) ويسار الوسط مع يمين اليسار) .

بل أحيانا كثيرة يحدث التشابه بين أحزاب المجموعة الواحدة بحيث يصعب على رجل الشارع أن يفرق بين أحزاب المجموعة الواحدة .

**الملاحظة الثانية :** لا يشترط أن تعبر كل الاحزاب السياسية فى بلد ما

عن كل درجات هذا السلم السياسى فقد تدرج مجموعة من الأحزاب تحت

لواء إحدى درجاته بينما تخلو بعض درجاته الأخرى من أحزاب تمثلها في الواقع .

**الملاحظة الثالثة :** نسبة المجموعات الثلاث التي ينقسم إليها هذا السلم السياسي بدرجاته المختلفة، إذ قد تختلف طبيعتها السياسية من مجتمع إلى آخر، وعلى سبيل المثال : الأحزاب التي تنتمي إلى مجموعة اليسار في دولة رأسمالية يمكن أن تتطابق مع أحزاب الوسط في دولة اشتراكية، بل إن أقصى اليمين في دولة اشتراكية قد يتطابق مع أقصى اليسار في دولة رأسمالية . . وهكذا فإن تعبيرات أقصى اليمين أو اليسار هي تعبيرات نسبية يختلف مدلولها الأيدولوجي من مجتمع لآخر .

**الملاحظة الرابعة :** إن الوسطية السياسية غالباً ما تكون هي بؤرة التوازن السياسي وغالباً ما يكون الحزب الذي ينتمي إلى الوسط السياسي هو حزب الأغلبية، وفي الحالات التي يكون فيها حزب الأغلبية من اليمين أو اليسار فإن الحزب الذي يمثل الوسطية السياسية يكون غالباً هو الحزب المؤثر في عملية توازن الميزان الحزبي في الانتخابات ومن ثم يكون له دور مؤثر وفعال خاصة في حالات الائتلاف السياسي .

#### **قواعد التنقل الحزبي :**

من المتعارف عليه سياسياً أن عملية تغيير الاتجاهات السياسية (من حزب سياسي إلى آخر) تمر من خلال الخطوات التالية :

أ ) غالباً ما يمر المتنقل السياسي أولاً بمرحلة (الاستقلال)

ب) أحياناً يتم التحول دون المرور بمرحلة الاستقلال إذ يكون التحول على درجة واحدة أي من يسار اليمين إلى يمين الوسط أو من يسار الوسط إلى يمين اليسار، ذلك أنه من غير المتصور أن يتم التحول السياسي مثلاً من

أقصى اليمين إلى أقصى اليسار أو العكس، فعملية التغيير الحزبي يجب أن ينظر إليها من منظورين :

#### المنظور الأول : من حيث زمن التحول :

فليس هناك تحول فجائي سريع بل إن هذا التحول مفترض أن يستغرق عدة سنوات، فتغيير الأفكار السياسية أو العقيدة الحزبية لا يمكن أن تنطبق عليه قواعد تغيير الأنماط الاجتماعية بل هي عملية فكرية ونفسية بالغة التعقيد تستغرق زمنا غير قصير إذ تمر بمراحل متعددة ومتشابكة أولها وجود عوامل ودوافع التغيير ثم التدبر والتفكير في عملية التحول السياسى، وأخيرا : عملية المفاضلة بين اتجاهات التحول .

#### المنظور الثانى : من حيث طبيعة التحول :

ويتعلق بعملية المفاضلة بين اتجاهات التغيير وهى لاتتعدى ثلاثة احتمالات : (الأول: أن يتم التحول نحو الاستقلال - الثانى : أن يتم التحول نحو الدرجة اليمنى والتالية فى السلم السياسى - الثالث : أن يكون التحول للدرجة اليسرى التالية )

### التحول الحزبى فى مصر أثناء الانتخابات

يمكن تصنيف التحول الحزبى فى إنتخابات ١٩٨٧ إلى نوعين : (تحول جماعى - تحولات فردية ) .

#### (١) التحول الجماعى :

يتمثل التحول الجماعى فى انتخابات ١٩٨٧ فى حالة واحدة هى انتقال جماعة الإخوان المسلمين من حزب الوفد إلى حزب العمل الاشتراكى .

وقبل تحليل أبعاد هذا التنقل -الحزبى- يجب إجراء عملية تسكين سياسى لأطراف عملية التحول الثلاثة (الوفد - العمل - الإخوان) وذلك بوضع كل طرف فى مكانه الصحيح على السلم السياسى الحزبى :



### (١) حزب الوفد :

ينتمى حزب الوفد - بداءة - إلى مجموعة اليمين السياسى ، ولكن يثار التساؤل فى أى درجة من درجات اليمين الثلاث ينتمى حزب الوفد ؟ بالنظر إلى برامج ومبادئه المعلنة فإنه ينتمى إلى درجة يسار اليمين إذ أن برامجه المعلنة - فى تلك الفترة- كانت تؤكد على دعم القطاع العام والتمسك بحقوق العمال والفلاحين ، ولكن بتحليل سياسات الوفد واتجاهاته الأيدولوجية فإنه ينتمى إلى أقصى اليمين .

### (٢) جماعة الاخوان المسلمين :

تمثل وسط اليمين فى السلم السياسى .

### (٣) حزب العمل الاشتراكى :

يحتل منطقة يمين اليسار أو يسار الوسط وذلك بالنظر إلى برامجه وأهدافه .

### وبناءً على ما تقدم يمكن القول :

إن انضمام جماعة الاخوان المسلمين إلى حزب الوفد الجديد كان يتسق مع إتجاهات السلم السياسى فكلاهما ينتمى إلى مجموعة اليمين ، ولكن ، عندما انتقلت جماعة الاخوان المسلمين من حزب الوفد الجديد إلى حزب العمل الاشتراكى فإنها تكون بهذا الانتقال قد عبرت ثلاث درجات من السلم السياسى دفعة واحدة وهو الأمر الذى لا يستساغ عقائدياً وأيدولوجياً ، فعملية التحول تلك قد اتسمت بثلاث سمات رئيسية هى :

- سرعة التحول (أثناء فترة الانتخابات) .

- تخطى ثلاث درجات بالسلم السياسى دفعة واحدة .

- تناقض أفكار ومبادئ جماعة الاخوان المسلمين مع أفكار ومبادئ حزب العمل الاشتراكى .

ومن هنا يثار التساؤل :

\* هل تحول الاخوان إلى حزب يسارى؟ أم أن حزب العمل الاشتراكى تحول إلى حزب يمينى؟ أم حدث بينهما إلتقاء أيّدولوجى فى منطقة الوسط السياسى؟

وحقيقة الأمر أن إجابة تلك التساؤلات الثلاثة بالنفى ذلك أن تحالف الاخوان مع العمل كان وليد ظروف إنتخابية محضة وأسلوبيا من أساليب إدارة الصراع الانتخابى ويمكن تبرير دوافع هذا التحالف - الانتخابى وليس العقائدى - بما يلى:

\* دوافع التحالف بالنسبة لجماعة الاخوان :

- عدم تمكنهم من السيطرة على حزب الوفد .
- اتخاذ حزب العمل كوسيلة سياسية للوصول إلى بعض مقاعد مجلس الشعب .

\* دوافع التحالف بالنسبة لحزب العمل .

- الرغبة فى تخطى حاجز الـ ٨٪ وهو الأمر الذى فشل حزب العمل فى تحقيقه فى الانتخابات السابقة .
- رغبة قيادات حزب العمل فى تولى مهام قيادة المعارضة فى مجلس الشعب .

**نتائج تحالف الاخوان مع حزب العمل :**

ترتبت على هذا التحالف النتائج التالية :

- (١) سيطرة الاخوان على مقاليد الأمور فى حزب العمل .
- (٢) حدوث إنقسام داخل حزب العمل بسبب هذا التحالف المفاجئ .
- (٣) الاختلاف حول ترتيب أسماء القوائم، وقد حُسم هذا الخلاف لصالح الاخوان .

(٤) فرض أساليب ووسائل وأنماط دعاية الإخوان على الممارسات الدعائية لحزب العمل (وجارى التعرض لها بالتفصيل فى الفصل التالى).

### **(ب) التحولات الفردية:**

رصدت الدراسة نسبة كبيرة من التحولات الفردية بين كافة الاتجاهات الحزبية (منها واليها) بصورة لافتة للنظر وكانت أكبر نسبة من التحولات الفردية هى إتجاه العديد من أعضاء الحزب الوطنى إلى منطقة الاستقلال الحزبى . ويمكن حصر أسباب تلك الظاهرة (كثرة التحولات السياسية الفردية ) فيما يلى :

(١) عدم إستقرار النظام الحزبى فى مصر وعدم رسوخ الفكرة الحزبية بعد .

(٢) عدم إيمان الأفراد بالمبادئ الحزبية .

(٣) عدم وجود استراتيجية حزبية واضحة وبرامج حزبية متميزة ومغايرة لاستراتيجيات وبرامج الأحزاب الأخرى .

(٤) تنافر الأجيال داخل الأحزاب السياسية إذ ينقسم أعضاء الأحزاب - بوجه عام - إلى فئتين القيادات، والشباب وتفتقد الأحزاب إلى مجموعة القيادات الوسطى التى تربط بين قمة وقاعدة السلم السياسى للأحزاب .

فقد تبين أنه يوجد تشابه كبير بين برامج كافة الأحزاب السياسية فى مصر (عدا جماعة الإخوان)، وانحصرت الفروق بينها فى أساليب ووسائل الممارسات الدعائية .

ويمكن تناول عملية التحولات الفردية من ثلاث زوايا :

(١) زاوية الفرد المتنقل :

تعبر تلك الظاهرة عن مدى تأصل النزعة الفردية فى البيئة السياسية المصرية .

زاوية الحزب المنقول منه :

- هي نتيجة طبيعية لعدم الالتزام الحزبي .
- عدم وجود سيطرة حزبية وإنعدام الصلة بين قيادات الحزب من ناحية وأعضائه من ناحية أخرى .

زاوية الحزب المنقول إليه :

- ضعف الحزب بقبوله أعضاء من أحزاب أخرى من المفترض أن برامجها واستراتيجيتها تغاير برامج واستراتيجية الحزب .
- الأصل في التعددية الحزبية أن الأحزاب هي مصدر القوة السياسية للأفراد إذ يسعون للانضمام إليها لاكتساب تلك القوة وليس العكس ، ولكن تلك الظاهرة تنم عن أن أعضاء الأحزاب من الأفراد - في مصر - مازالوا هم الأقوى وأن الأحزاب السياسية هي التي تسعى إلى احتوائهم .

#### **الأسباب المباشرة لتفشي تلك الظاهرة:**

بجانب الأسباب العامة والنظرية السالف عرضها عن دوافع التنقل السياسي فلإن ظاهرة التنقلات الفردية التي وقعت إبان انتخابات ١٩٨٧ يمكن ردها إلى دوافع إنتخابية محضة وهي :

- (١) عدم ترشيح الحزب «للمتنقل» على قائمته الحزبية .
- (٢) ترشيحه في مكان متأخر بالقائمة مما تتضاءل معه فرصة النجاح .
- (٣) أسلوب من أساليب اللعبة الانتخابية إذ أن بعض الأحزاب تعتمد إلى عقد اتفاقات -جانبية- مع بعض أعضاء الأحزاب الأخرى المنافسة لإعلان إنضمامها إليه في الأوقات الحرجة وقبيل إنتهاء موعد التنازلات بقصد إحداث خلخلة في القائمة الانتخابية للحزب المنافس .
- (٤) تحقيق صالح فردي خاص ، إذ قد يستشعر العضو أن الحزب الذي ينتمى إليه لن يحقق له الوصول إلى مقعد برلماني فيعتمد إلى الانضمام إلى

حزب أكثر شعبية أو سلطة يرى أنه يتيح له مقعدا برلمانيا، فبعض الذين انتقلوا من أحزاب المعارضة إلى حزب الأغلبية كان شعارهم : أن الترشيح على قائمة الحزب الوطنى فى مكان متأخر بالقائمة أفضل من الترشيح على رأس قائمة حزب معارض لها .

**الظاهرة الثالثة :** مشاركة إتجاهات وقوى سياسية غير حزبية فى الساحة الانتخابية :

الأحزاب والقوى السياسية فى انتخابات ١٩٨٧ :

( أ ) الأحزاب الشرعية ( ستة أحزاب )

( الوطنى الديمقراطى - الوفد الجديد - العمل الاشتراكى - التجمع التقدمى الوحى - الاحرار الاشتراكيون - الأمة )

( ب ) أحزاب تحت الإنشاء : ( حزبان )

( مصر العربى الاشتراكى - الحزب الناصرى «تحت التأسيس» )

( ج ) الاتجاهات والقوى السياسية :

( جماعة الاخوان المسلمين - الجماعات والتنظيمات الشيوعية - الجماعات الناصرية ) .

جماعة الاخوان المسلمين :

استطاعت تلك الجماعة أن تصل الى مجلس الشعب (الفصل التشريعى الرابع ١٩٨٤) عن طريق حزب الوفد الجديد ثم عن طريق حزب العمل (عام ١٩٨٧) رغم أنها ليست حزبا سياسيا فتمكنك من الحصول على مكاسب برلمانية فشلت أحزاب المعارضة الأخرى فى الحصول عليها . وبالتالي يمكن إعتبار أن جماعة الاخوان المسلمين هى أقوى الجماعات السياسية (غير الحزبية) وذلك للأسباب التالية :

(١) التنظيم الدقيق لأعضاء الجماعة .

(٢) توفر التمويل النقدي للممارسات السياسية من قبل أعضاء الجماعة بالداخل والخارج .

(٣) الواجهة الدينية للممارسة السياسية سواء فيما يتعلق ببرامجها الانتخابية (الوصايا العشر) أو بشعارها الانتخابي (الإسلام هو الحل) .

(٤) إستغلال الوازع الديني لدى بعض أعضاء الهيئة الناجبة .

الجماعات الناصرية :

برغم وجود التيار الناصري بشكل ملفت للنظر على الخريطة السياسية المصرية إلا أنه لم يكن تيارا مؤثرا للأسباب التالية :

(١) لم يضم الحزب الناصري (تحت التأسيس) كل الرموز الناصرية .

(٢) إفتقاده إلى التنظيم الجيد - مثل جماعة الإخوان المسلمين - إذ أن «الناصرين» متفرقون بين مختلف الأحزاب والاتجاهات السياسية فبعضهم انضم إلى الحزب الوطني والبعض الثاني إلى حزب التجمع والبعض الثالث سعى إلى تكوين حزب ناصري والبعض الرابع استقل سياسيا عن كل تلك الاتجاهات والأحزاب بل إن المستقلين قد انقسموا على أنفسهم ولم ينسقوا توزيع الأدوار فيما بينهم في مواجهة مرشحي الأحزاب الأخرى .

الجماعات الشيوعية :

لم يكن لها - أيضا تأثير واضح في إنتخابات ١٩٨٧ للأسباب التالية :

(١) إنخراط أغلبها في بوتقة حزب التجمع التقدمي الوحدوى .

(٢) بداية إنحسار المبادئ والأفكار الشيوعية عالميا ومحليا .

#### الظاهرة الرابعة: التحالف الانتخابي:

عندما لاحت في الأفق بوادر حل مجلس الشعب وإجراء انتخابات برلمانية جديدة بدأت أحزاب المعارضة في تنظيم صفوفها إستعدادا لخوض

الانتخابات المقبلة وطُرحت فكرة دخول الانتخابات البرلمانية بقائمة إئتلافية موحدة بين قوى المعارضة وتحمس لتلك القائمة الائتلافية : حزب العمل والأحرار وجماعة الإخوان المسلمين، وعندما بدأ حزب الوفد والتجمع يستشعران رغبة جماعة الإخوان المسلمين فى الهيمنة على القائمة الائتلافية آثرا أن يخوضا الانتخابات منفردين وعدم الانخراط فى قائمة ائتلافية مع ما أطلق عليه «تحالف العمل والأحرار والإخوان»، وعندما بدأت الممارسات الانتخابية أطلق عليه «التحالف الإسلامى»

### **النتائج التى ترتبت على قيام التحالف الانتخابى:**

**أولا :** سيطرة جماعة الإخوان على التحالف الحزبى :

ومن مظاهر تلك السيطرة :

- تدخل الجماعة فى ترشيحات أعضاء حزب العمل وذلك بإبعاد ما أطلق عليهم (الناصرىون أو الاشتراكيون) من القوائم .
- اتفق على أن تكون نسبة توزيع الأسماء الثلاثة الأولى المرشحة بالقوائم كما يلى : ( ٤٠٪ من الدوائر للإخوان - ٤٠٪ للعمل - ٢٠٪ للأحرار) .
- أن يكون نصيب حزب العمل من الترشيح على المقاعد الفردية ٣٠ مرشحا من ٤٨ (مجموع الدوائر الفردية) وعلى أن يكون للإخوان ١٨ مرشحا .
- إنفرد الإخوان بغالبية الترشيحات بالنسبة للمقاعد الثلاثة الأولى فى دوائر الوجه البحرى بينما انفرد العمل بغالبية دوائر الوجه القبلى فى حين تقاسماها فى دوائر القاهرة والجيزة والاسكندرية .

**ثانيا :** حدوث إنشقاق حزبى كبير فى حزب العمل مازال يعاني منه حتى الان (اذ فصلت قيادة حزب العمل ثلاثة من رموز الحزب الذين اعترضوا

على قيام التحالف وهم : (مدوح قناوى «الامين العام المساعد للحزب» - عبدالمجيد ابو زيد «امين الاعلام» - المستشار : حسام الدين كامل «عضو اللجنة التنفيذية»).

**ثالثا :** هيمنة جماعة الاخوان على البرنامج الانتخابى للتحالف .

**رابعا :** إسناد المعارضة البرلمانية للتحالف لحصوله على ١٧٪ من المقاعد البرلمانية .

**خامسا :** حصول الإخوان على ٣٤ مقعدا برلمانيا، فقد حصل التحالف على ٦٠ مقعدا (٥٦ على القوائم + ٤ مقاعد فردية) وكان توزيع مقاعد التحالف كما يلى : (٣٤ مقعدا للاخوان - ٢٢ مقعدا لحزب العمل - ٤ مقاعد لحزب الأحرار) .

**سادسا :** حصل التحالف على عدد كبير من الأصوات فى الوجه البحرى إذ حصل على أكبر نسبة من محافظة الدقهلية (٢١١٧٥٢ صوتا) تلاها محافظة الغربية (١٠٠٦١٥ صوتا) ثم البحيرة (٨٩٩٦ صوتا) .

#### **الظاهرة الخامسة: إجماع العديد من القيادات الحزبية عن الترشيح،**

من الأمور المستقرة فى الانتخابات أن تدفع الأحزاب السياسية بأكبر عدد ممكن من القيادات الحزبية للترشيح كى تحقق أعلى نسبة فوز فى الانتخابات باعتبار أن تلك القيادات الشعبية تحظى بتأييد نسبة كبيرة من أعضاء الحزب ومؤيديه، وفى ظل نظام القائمة تكون عمليات الترشيح ميسرة لتلك القيادات إذ تعتمد الأحزاب إلى ترشيح قياداتها على رأس قوائمها الانتخابية لضمان نجاحها من ناحية ولجذب أكبر عدد من الأصوات من ناحية أخرى، وعليه كان من المتصور عدم تخلف أى من القيادات الحزبية فى إنتخابات ١٩٨٧ فى ظل نظام القائمة الحزبية . . . ولكن . . . تبين أن عددا لا يستهان به من القيادات



الحزبية ورموزها السياسية لم يتقدم للترشيح سواء بالقوائم أو للمقعد الفردى وقد تم رصد تلك القيادات على الوجه التالى :

ثلاثة من رؤساء الاحزاب : ( فؤاد سراج الدين : الوفد - مصطفى كامل مراد : الاحرار - أحمد الصباحى : الأمة )

ثلاثة من نواب رؤساء الأحزاب : ( د . مصطفى خليل : الوطنى - د . وحيد رأفت : الوفد - د . حلمى مراد : العمل )

مجموعة أخرى كبيرة من القيادات الحزبية منها : حامد أبو النصر : المرشد العام للاخوان المسلمين - إبراهيم فرج : سكرتير عام حزب الوفد - د . نعمان جمعة : عضو اللجنة العليا للوفد .

#### **وتنحصر اسباب تلك الظاهرة فيما يلى:**

(١) عدم وجود قواعد شعبية (جغرافية) لبعض تلك القيادات الأمر الذى يعكس طبيعة التسلسل القيادى الحزبى فى مصر إذ إنه تسلسل «فوقى» وليس من القاعدة إلى القمة، وذلك لحدثة العهد بنظام التعدد الحزبى «بعد ثورة يوليو» .

(٢) ظروف ومشاكل التحالف الثلاثى (بالنسبة لقيادات حزبى العمل والأحرار) .

(٣) دوافع شخصية بالنسبة لعدد من تلك القيادات إذ تبين أن عدم ترشيحها لا يرجع إلى توجهات حزبية .

#### **الظاهرة السادسة: كثرة عدد المرشحين للمقاعد الفردية عن المرشحين على القوائم:**

تقدم للترشيح للمقعد الفردى ١٩٣٧ مرشحا تنافسوا على ٤٨ مقعدا برلمانيا أى أن متوسط الترشيحات للمقعد الفردى : (٥٤٪ من جملة المرشحين : ٣٥٩٢)

كما تقدم للترشيح على القوائم ١٦٥٥ مرشحا تنافسوا على ٤٠٠ مقعد  
أى أن متوسط الترشيحات لمقاعد القوائم هى :

(٤٦٪ من جملة المرشحين)

وقد بلغت كثافة الترشيح على المقعد الفردى أعلى نسبة لها فى القاهرة  
٣٤٤ مرشحا ثم الجيزة ٣٣٩ مرشحا ثم الدقهلية ١٦٩ ويليهما الاسكندرية ١٥٦  
مرشحا وأقل كثافة فى شمال سيناء ١٠ مرشحين ومرسى مطروح ١١ مرشحا  
والبحر الاحمر ١٥ مرشحا وجنوب سيناء ١٥ مرشحا ثم الفيوم ١٦ مرشحا .

وكان من المتوقع أن تنخفض نسبة المرشحين للمقاعد الفردية لصعوبة  
المنافسة على تلك المقاعد لاتساع مساحة الدائرة الفردية وما تتطلبه الدعاية  
الانتخابية الفردية من نفقات باهظة، ولكن جاءت كثرة الترشيحات مخالفة  
لتلك التوقعات للأسباب التالية :

(١) مازالت الانتخابات الفردية هى المحك الرئيسى فى العملية الانتخابية  
فى مصر ومن ثم كان الإقبال شديدا على الترشيح للدوائر الفردية بعد غيبة  
الترشيح الفردى فى الفصل التشريعى السابق (١٩٨٤م) .  
(٢) أن الاستقلال السياسى له مكان بارز على الخريطة السياسية  
المصرية .

(٣) تقدم عدد كبير من الشخصيات البرلمانية للترشيح الفردى خاصة من  
الذين لم ترشحهم أحزابهم على القوائم .

(٤) مزاحمة الأحزاب السياسية للمستقلين فى المقاعد الفردية فالأصل أن  
تلك المقاعد كانت مخصصة للمستقلين فقط وهو النص الأصيل لمشروع القانون  
الذى قُدم لمجلس الشعب، ولكن المجلس أجرى تعديلا على تلك الجزئية من  
القانون وأتاح لمثلى الأحزاب - أيضا - الترشيح على المقاعد الفردية، ونتيجة  
لذلك زاحمت الأحزاب السياسية (دون إستثناء) المستقلين فى المقاعد الفردية .

(٥) عدم جدية بعض المرشحين للمقاعد الفردية فقد تبين من الملاحظة بالمشاركة أن الترشيحات غير الجدية كانت من سمات تلك الانتخابات وأن الدوافع الشخصية وليست السياسية كانت هي السبب المباشر لتلك الترشيحات وهي :

- الدعاية الشخصية (بالنسبة لأصحاب المهن الحرة) .

- إستغلال البعض لمزايا الترشيح للحصول على إجازة مدفوعة الأجر (٤٥ يوما) فى مقابل سداد رسم الترشيح المقرر (عشرون جنيها) ( صرحت إحدى المرشحات على المقعد الفردى أنها تقدمت للترشيح كى تتمكن من رعاية طفلها الرضيع لمدة ٤٥ يوما نظير ٢٠ جنيها رسم الترشيح ) .

ونقترح - فى هذا الصدد - زيادة رسم الترشيح الى خمسمائة جنيه ترد للمرشح فى حالة حصوله على ٥٪ من جملة أصوات الدائرة وذلك لضمان جدية الترشيحات وللقضاء على ظاهرة الترشيحات غير الجدية .

وبرغم التسليم بأهمية تلك الأسباب فقد توقع المحللون والمراقبون السياسيون أن المنافسة ستكون شديدة الضراوة بالنسبة للمقاعد الفردية وتوقعت وسائل الاعلام خاصة الصحف القومية والحزبية أن تجرى الإعادة فى غالبية الدوائر الفردية كنتيجة طبيعية لحدة المنافسة بها إلا أن نتائج الانتخابات جاءت على عكس تلك التوقعات تماما إذ حُسمت نتائج المقاعد الفردية فى ٣٩ دائرة بينما أعيدت فى تسع دوائر فقط .

وكانت الأسباب والدوافع - الظاهرة - والمؤدية إلى هذا التوقع تنحصر فيما يلى :

(١) كثرة عدد المرشحين على المقعد الفردى الأمر الذى أدى إلى تفتيت أصوات الناخبين ومن ثم صعوبة الحصول على الحد الأدنى للنجاح (٢٠٪ من الأصوات) فى الجولة الأولى .

(٢) المساندة الحزبية لغالبية المرشحين على المقعد الفردى .

- (٣) أن المستقلين كانوا يمثلون كافة الاتجاهات السياسية بدءاً من أقصى اليمين إلى أقصى اليسار مروراً بالوسطية السياسية .
- (٤) إتساع الدائرة الانتخابية الفردية وزيادة عدد الناخبين بها مما أدى إلى صعوبة تحقيق الفوز من الجولة الانتخابية الأولى .

### **وبدراسة وتحليل تلك الظاهرة تبين أن أسبابها هي:**

- (١) إنتشار ظاهرة الترشيحات غير الجدية على النحو السالف ذكره .
- (٢) عدم دقة تقدير الموقف الانتخابي من قبل بعض المرشحين الذين ليس لديهم قواعد شعبية تتيح لهم المنافسة الجدية .
- (٣) تشتت الاتجاهات والقوى السياسية بين أكثر من مرشح لصالح المرشح المنافس .
- (٤) ترشيح ومساندة الحزب الوطني الديمقراطي لعدد كبير نسبياً من الوزراء والشخصيات السياسية الشهيرة للمقاعد الفردية مما أدى إلى تحقيق الفوز بالنسبة لهم من الجولة الانتخابية الأولى وهم :
- د . فتحى سرور «وزير التعليم» : بالدائرة الرابعة بالقاهرة - د . عبد الأحد جمال الدين «رئيس المجلس الأعلى للشباب والرياضة» : بالدائرة الثالثة بالقاهرة - د . السيد على السيد «وزير الدولة لشئون مجلسي الشعب والشورى» : الدائرة الثانية بالأسكندرية - عثمان أحمد عثمان : بالاسماعيلية - سليمان متولى «وزير النقل والمواصلات» : الدائرة الأولى بالمنوفية - توفيق عبده اسماعيل «وزير سابق» : الدائرة الثالثة بالدقهلية - حسب الله الكفراوي «وزير الاسكان والمجتمعات العمرانية الجديدة» : دمياط - د . صوفى أبو طالب «رئيس مجلس الشعب السابق» : الفيوم - د . جلال أبو الذهب «وزير التموين» : الدائرة الأولى بسوهاج - محمد عبد الحميد رضوان «وزير الدولة لشئون مجلسي الشعب والشورى» : الدائرة الثانية بسوهاج .

إلا أنه بالرغم من تلك المساندة الحزبية فلم ينجح (دكتور مهندس جمال السيد «وزير الانتاج الحربى» بدائرة جنوب القاهرة أمام مرشح التحالف (الشيخ يوسف البدرى)، وهو ما اتخذته الحزب الوطنى مثالا على نزاهة الانتخابات وحيدتها.

### **الظاهرة السابعة: اشتداد حدة المنافسات الانتخابية والحماس البالغ الذى تحول الى العنف فى بعض الدوائر:**

اشتدت المنافسات الحزبية والفردية بشكل لافت للنظر عما سبق من منافسات انتخابية، ويمكن حصر معالم اشتداد تلك المنافسات الانتخابية من مجالين :

#### **المجال الأول : المنافسة المشروعة :**

التي تمثلت فى كثرة عقد المؤتمرات والندوات والاجتماعات وكثافة توزيع المنشورات والمطبوعات الانتخابية، وازدحام الميادين والشوارع باللافتات والملصقات، وتخصيص أكثر من ٢٥٪ من مساحة الجرائد القومية وأكثر من ٥٠٪ من مساحة الجرائد الحزبية للانتخابات البرلمانية.

#### **المجال الثانى : المنافسة غير المشروعة :**

وتمثلت فى العديد من الممارسات غير المشروعة إلا أن إحدى ظواهر المنافسات غير المشروعة وهى ظاهرة «العنف الانتخابى» إشتدت حدتها فى تلك الانتخابات عما سواها من انتخابات سابقة، ويمكن النظر إلى ظاهرة العنف الانتخابى من خلال منظورين .

منظور شكلى : ويتمثل فى تحديد نسبة الممارسات العنيفة بالنسبة لمجموع الدوائر الانتخابية، فقد وقعت حوادث العنف الانتخابى فى عشر لجان إنتخابية من بين ٢١٢٣٥ لجنة أى بنسبة ٠.٥٪ من مجموع اللجان .

المنظور الموضوعى : ويتمثل فى مدى عنف تلك الحوادث وأماكن

حدوثها وأسبابها، وفيما يلي عرض موجز لبعض أمثلة حوادث العنف الانتخابي .

#### الواقعة الاولى : أحداث كفر الدوار :

«على إثر تقدم (محمد مرزوق) المرشح المستقل بدائرة كفر الدوار بشكوى الى رئيس اللجنة العامة عن تجاوزات اللجان الفرعية بالدائرة لصالح مرشح الحزب الوطني، تظاهر الآلاف من مؤيديه وأنصاره أمام اللجنة العامة مرددين هتافات ضد حكومة الحزب الوطني وصاحب ذلك إلقاء الحجارة على قوات الامن وعلى أبنية مجلس المدينة والحزب الوطني وإشعال النيران في سيارة مرشح الحزب الوطني (تمادى عبد السلام) وإتلاف ١٠ سيارات من بينها ٤ سيارات شرطة، سيارتا إطفاء، وإطلاق كاوتش محروق على شريط السكة الحديد في محاولة لايقاف حركة القطارات، ومحاولة إشعال النار في كوبرى كفر الدوار ، وترتب على ذلك : إصابة ١٣ مواطناً من بينهم خمسة من رجال الشرطة (نقيب و٤ جنود) وإصابة سيدة بطلق نارى : وتم القبض على ٩٣ متسهما في جرائم التظاهر وإتلاف الاموال العامة وأحيلوا الى النيابة العامة»<sup>(١)</sup>.

#### واقعة العنف الثانية : أحداث لجنة الزعفرانة بكفر الشيخ :

«بعد إنتهاء لجنة الفرز بالزعفرانة من اتمام عملها وأثناء نقل صناديق الاقتراع بطريق بيللا - الحامول اعترضتها مجموعة من أعضاء الجماعات الاسلامية وقامت بإحراق سبعة صناديق انتخابية (قررت اللجنة العامة استبعادها من عملية الفرز) كما قامت بالاعتداء بالضرب على أعضاء اللجنة وأعضاء المجلس المحلى بالزعفرانة وإشعال النيران في مقر اللجنة»<sup>(٢)</sup>.

#### الواقعة الثالثة : أحداث ديرب نجم :

شهدت الانتخابات بمركز ديرب نجم بالشرقية أعنف الممارك الانتخابية إذ

كان يتناوب النيابة عن تلك الدائرة - بالمجالس السابقة - اثنان من أبناء الدائرة: (أحمد السويدى - د . مصطفى السعيد) ، وقبيل إعلان النتيجة سرت شائعة تعلن نجاح الثانى ثم أعقبتها شائعة أخرى مضادها إجراء الاعادة بينهما وحدثت صدامات كبيرة بين كلا الجانبين وقام أنصار الثانى - بمحاولة قطع الطريق الرئيسى بالدائرة والاعتداء على السيارات المارة فتصدت لها قوات الأمن وقامت بتفريقها بالقوة . وكانت المفاجأة عند إعلان النتيجة بفسوب كلاهما ونجاح د . حسن حسين ممثل الاخوان<sup>(١٢)</sup> .

#### الواقعة الرابعة : أحداث كفر شكر :

فور إنتهاء موعد الاقتراع وعندما سرت شائعة بأن أنصار الحزب الوطنى يقومون بتزوير الانتخابات بوضع بطاقات اقتراع لصالح مرشح الحزب الوطنى بهدف إسقاط «خالد محبى الدين» قامت مظاهرة قوامها ١٢٠٠ من أنصار خالد محبى الدين وحاولت غلق طريق (بنها - المنصورة) الرئيسى مما أدى إلى تعطيل المرور ، وقامت قوات الأمن بتفريق المتظاهرين بالقنابل المسيلة للدموع وألقت القبض على مثيرى الشغب<sup>(١٣)</sup> .

#### الواقعة الخامسة : أحداث شبين القناطر :

إلقاء بعض الاشخاص مواد مشتعلة واطارات كاوتشوك ملتهبة على مبنى مدرسة شبين القناطر الاعدادية والمقام بها ٧ لجان انتخابية .  
وقيام أحد أنصار حزب التجمع باطلاق الاعيرة النارية من منزل مجاور للمدرسة .

الواقعة السادسة : اعتداء أنصار التحالف الاسلامى بالضرب على رئيس وأعضاء لجنة كفر البطيخ بمحافظة دهباط .

#### اسباب نشوب ظاهرة العنف الانتخابى :

يمكن إرجاع أسباب وعوامل انتشار ظاهرة العنف الانتخابى إلى ما يلى :

(١) إستخدام الشائعات : (السوداء - وداقة الاسافين) بأسلوب مكثف في غالبية الدوائر الانتخابية .

(٢) التنافس الشديد في ظل تعددية حزبية تمثل كافة الاتجاهات السياسية (من أقصى اليمين إلى أقصى اليسار) .

(٣) صعوبة إستيعاب النظام الانتخابي لما يتضمنه من قواعد وأساليب تتسم بالتعقيد والغموض مما أتاح مناخاً مناسباً لانتشار الشائعات والتشكيك في أعمال لجان فرز الأصوات .

(٤) إزدواج النظام الانتخابي إذ يتكون في حقيقة الأمر من نظامين مختلفين : نظام القائمة النسبية الإجبارية ونظام الانتخاب الفردي وما يمليه كلاهما من أساليب دعائية متباينة بل ومتضاربة أحياناً، فضلاً عن أن التنافس الانتخابي في ظل القائمة الاجبارية النسبية يكون تنافساً مزدوجاً فهو في شكله الخارجى تنافس مع القوائم الأخرى وفي ذات الوقت يتضمن تنافساً بين أعضاء القائمة الواحدة، مما ألقى الكثير من الأعباء والضغط النفسى والمادية على كافة المرشحين .

#### **الظاهرة الثامنة: انخفاض نسبة المشاركة الشعبية:**

ويتمثل هذا الانخفاض فيما يلى :

( أ ) وجود فجوة واسعة بين عدد المقيدين فى جداول الانتخاب (حوالى ١٤ مليون مواطن) وبين عدد المواطنين فى سن الانتخاب (حوالى ٢٥ مليون مواطن)<sup>(١)</sup> .

(ب) بلغت نسبة الذين شاركوا فى انتخابات (١٩٨٧) ٤٠.٥٪ من جملة المقيدين . وجدير بالذكر أنها تعد مرتفعة نسبياً بالنسبة للانتخابات السابقة (٤٠٪ عام ١٩٧٦ ، ١٩٧٩ - ٤٣.٤٪ فى انتخابات ١٩٨٤) إلا أنها تعد منخفضة بالنظر إلى دلالة أرقام المقيدين فى الجداول من ناحية وإلى نسبة المدلين



بأصواتهم من ناحية أخرى، وجدير بالذكر أن نسبة المشاركة وصلت إلى ٥٤٪ في إنتخابات عام ١٩٤٥م<sup>(١٥)</sup> .

#### **الظاهرة التاسعة: عدم وجود قضايا انتخابية مشتركة<sup>(١٦)</sup> :**

من الطبيعي ألا تكون الموضوعات الخارجية من بين القضايا الانتخابية البرلمانية ذلك أن القضايا الداخلية تحظى دائما باهتمامات الهيئة الناحية، إلا أن انتخابات ١٩٨٧ لم تشهد مناقشة أو حوارا بين الأحزاب حول قضايا محددة فلم تكن هناك قضية مشتركة توجهت إليها برامج الأحزاب وشعاراتها باعتبارها القضية الأكثر أهمية لدى الرأي العام، بل ركز كل حزب على ما اعتبره القضية الرئيسية من وجهة نظره : فالحزب الوطني ركز على الانجازات التي حققتها حكومة الحزب واعتبرها برنامجا الحزبي إذ لم يصدر برنامجا انتخابيا، وركز حزب الوفد على موضوع الحريات والديمقراطية وتعديل الدستور، بينما إهتم حزب التجمع بالقضايا الاقتصادية في حين انصب برنامج التحالف على شعار «الإسلام هو الحل» .

**الظاهرة العاشرة :** إسهام شركات توظيف الأموال فى نفقات الدعاية لمرشحي الجماعات الاسلامية، وتلك هى المرة الأولى التى أسهمت فيها شركات خاصة فى دعم بعض المرشحين ماديا .

**الظاهرة الحادية عشرة :** كثرة الطعون الانتخابية وتنامى دور القضاء فى إرساء القواعد التشريعية البرلمانية من خلال الأحكام القضائية التى تتناول التشريعات الانتخابية وعملية فرز الأصوات . ونظرا لأهمية تلك الظاهرة من الناحيتين العلمية والعملية فقد أفردت لها الدراسة المبحث الثانى من هذا الفصل . .

## الظواهر السياسية والإعلامية للفصل التشريعي السادس

١٩٩٠

- في ١٩ مايو ١٩٩٠ صدر حكم المحكمة الدستورية العليا بعدم دستورية القانون ٣٨ لسنة ١٩٧٢ في شأن مجلس الشعب .

- في ١٩ سبتمبر أصدر رئيس الجمهورية القرار بالقانون رقم ٢٠١ لسنة ١٩٩٠ بتعديل بعض أحكام القانون رقم ٣٨ لسنة ١٩٧٢ في شأن مجلس الشعب <sup>(١٧)</sup> (الذي بموجبه عاد المشرع إلى تطبيق نظام الانتخاب الشرائي مع التمييز الفئوي، على النحو السالف عرضه).

٢٩ سبتمبر أوقف رئيس الجمهورية جلسات مجلس الشعب ودعا المواطنين إلى الاستفتاء على حل المجلس <sup>(١٨)</sup>.

- في ١١ أكتوبر : إجراء الاستفتاء الشعبي على حل المجلس، وكانت نتيجة الاستفتاء موافقة ٩٢٦٦ من مجموع الحاضرين <sup>(١٩)</sup>.

- في ١٢ أكتوبر أصدر رئيس الجمهورية القرار ٤١٥ لسنة ١٩٩٠ بحل مجلس الشعب وإجراء انتخابات المجلس الجديد .

- في ٢٢ أكتوبر بدأ الترشيح لعضوية المجلس حتى ٣٠ أكتوبر .

- في ١١ نوفمبر إعلان الكشف النهائية للترشيح بعد البت في الطعون الانتخابية .

- أجريت انتخابات الفصل التشريعي السادس في ٢٩ نوفمبر وانتخابات الاعداء في ١٣ ديسمبر ١٩٩٠ .

شارك في الانتخابات ستة أحزاب سياسية هي :

(الوطني - التجمع - مصر الفتاة - الحضر - الاتحاد الديمقراطي - الأمة ) ، بالإضافة إلى المستقلين ، وقاطعت الانتخابات ثلاثة أحزاب هي : (الوفد - العمل - الأحرار) بالإضافة إلى جماعة الإخوان المسلمين .

### النتائج النهائية للانتخابات :

فوز ٣٥٥ مرشحا من الحزب الوطنى بنسبة ٧٩.٩٥٪

فوز ٦ مرشحين من حزب التجمع بنسبة ١.٤٪

فوز ٦٠ مرشحا من المستقلين سياسيا بنسبة ١٣.٥٪

فوز ٢٣ مرشحا من المستقلين - ظاهريا - عن الاحزاب الأخرى وهم :

(١٤) من الوفد بنسبة ٣.٢٪ - ٨ من حزب العمل بنسبة ١.٨٪ - مرشح

واحد من الاحرار بنسبة ٠.٢٪) وبذلك يشكل هؤلاء جميعا نسبة ٥.٢٪.

ولكن فور إعلان نتائج الانتخابات - تباعا- فى الدوائر الانتخابية

تبين ان الحزب الوطنى قد حصل على ٢٦٠ مقعدا فقط من ٤٤٤ مقعداً برلمانيا

أى بنسبة ٥٨.٥٪ وكان عدد المستقلين - وفقا لبيانات الترشيحات: ١٥٥

مرشحا فائزا أى بنسبة ٣.٥٪، إلا أن (٩٥) من المرشحين المستقلين أعلنوا فور

نجاحهم أنهم يمثلون الحزب الوطنى ومازالوا أعضاء بالحزب الوطنى رغم

تقدمهم للترشيح كمستقلين وفى ذات الوقت لم تعترض قيادات الحزب الوطنى

على تلك التصريحات وتم إحتسابهم فى عداد مرشحي الحزب الوطنى ليصبح

عدد المقاعد البرلمانية التى حصل عليها الحزب الوطنى ٣٥٥ مقعدا.

### توزيع نسب الفوز وفقا للترشيحات :

فيما يلى بيان بعدد المقاعد الحاصل عليها كل حزب منسوبة إلى جملة

عدد المرشحين بمعرفة الأحزاب :

الحزب الوطنى : فوز ٢٦٠ من ٤٤٤ مرشحا بنسبة ٥٨.٥٪

الوفد : فوز ١٤ من ٨١ مرشحا بنسبة ١٧.٢٪

العمل : فوز ٨ من ٦٩ مرشحا بنسبة ١١.٦٪

المستقلون : فوز ١٥٥ من ١٥١١ مرشحا بنسبة ١٠.٢٪

الاحرار : فوز مرشح واحد من ٦٩ مرشحا بنسبة ٣٢ ٪

وفيما يلي عرض شامل لكافة الظواهر السياسية والاعلامية المصاحبة لانتخابات الفصل التشريعى السادس (١٩٩٠)

#### **الظاهرة الاولى: زيادة عدد الاحزاب الهامشية:**

اتسمت انتخابات (١٩٩٠) بكثرة عدد الاحزاب الهامشية بلغت اربعة احزاب هى : (الامة - مصر الفتاة - الخضر - الاتحادى الديمقراطى) إذ لم تحصل جميعها على مقعد برلمانى واحد، فى حين خاض انتخابات الفصل التشريعى السابق (الخامس) حزب هامشى واحد (حزب الامة) وأسباب ذلك أن أسلوب تكوين الاحزاب مازال أسلوبا فوقيا إذ إن التسلسل الزمنى والمرحلى لانشاء وتكوين الأحزاب يبدأ من أعلى ولا يستند الى قواعد شعبية .

#### **الظاهرة الثانية: مقاطعة بعض الاحزاب للانتخابات البرلمانية:**

وتلك ظاهرة مستحدثة فى العصر البرلمانى الحديث، فغداة إعلان رئيس الجمهورية وقف جلسات مجلس الشعب والاستفتاء على حل المجلس بدأت أحزاب المعارضة فى عقد لقاءات متتالية بشأن توحيد مواقفها السياسية إزاء الانتخابات البرلمانية، وقررت أحزاب : (الوفد - العمل - الأحرار ) بالإضافة الى جماعة الإخوان المسلمين مقاطعة الانتخابات وجرت محاولات عديدة لضم حزب التجمع اليها إذ طالبت بعض قيادات التجمع بالانضمام الى قرار المقاطعة، وعقدت الأمانة العامة لحزب التجمع اجتماعا يوم ٢٠ / ١٠ / ٩٠ لمناقشة موضوع المشاركة فى الانتخابات البرلمانية وقررت المشاركة فى الانتخابات بموافقة ٣٨ عضوا ومعارضة ثمانية أعضاء وامتناع عضوين عن التصويت، وأصدرت بيانا سياسيا تضمن :

« ٠٠٠ إحساسا بالمسئولية الوطنية ورغم اختلافنا الجذرى مع سياسات الحزب الحاكم فاننا لانوافق على مقاطعة الانتخابات لما قد يوحى به مثل هذا القرار من أن الاحزاب كلها قد يشئت تماما من امكانية التحول الديمقراطى

للمجتمع في ظل التعددية السياسية وتداول السلطة عبر صناديق الانتخاب».

#### أسباب مقاطعة الانتخابات:

تنحصر الأسباب - المعلنة - لمقاطعة بعض الأحزاب للانتخابات البرلمانية فيما يلي:

(١) انفراد حكومة الحزب الوطني بإعداد قانون مجلس الشعب دون مشاركة الأحزاب السياسية في إعداده، إذ تم صدور القانون بقرار جمهوري بقانون وليس عن طريق مجلس الشعب.

(٢) المطالبة بالاشراف القضائي الكامل على جميع لجان الانتخاب (العامة والفرعية)، ورفض الحكومة لهذا المطلب لتعذر تنفيذه.

(٣) المطالبة بوقف العمل بقانون الطوارئ.

(٤) الاعتراض على تقسيم الدوائر الصادر بالقانون ٢٠٦ لسنة ١٩٩٠ . ولكن بتحليل محتوى المواقف السياسية والتحركات الحزبية لتلك الأحزاب تبين أن الأسباب الحقيقية لقرار المقاطعة تنحصر فيما يلي :

(١) عدم الاستعداد السياسي لخوض الانتخابات البرلمانية إذ لم تكن تتوقع صدور قرار حل المجلس وإجراء الانتخابات الجديدة في هذا التوقيت .

(٢) لم يكن هذا القرار في واقع الأمر قرارا نهائيا إذ إنه كان أسلوبيا من أساليب الضغط الحزبية على حكومة الحزب الوطني لتنفيذ تلك المطالب المعلنة وكان من المقدر أن ينضم إليها حزب التجمع في تلك المقاطعة لتبدو الانتخابات البرلمانية وكأنها استفتاء شعبي على الحزب الوطني ومن ثم تفقد محتواها الديمقراطي، ولكن حكومة الحزب الوطني لم تستجب لهذا الأسلوب واستمرت في اتخاذ الاجراءات الانتخابية الادارية ولم ينجح هذا الاسلوب السياسي «الضاغط» لسببين :

**الاول:** مشاركة حزب التجمع في الانتخابات ورفضه مبدأ المقاطعة .

الثاني: مشاركة بعض قيادات وأعضاء أحزاب المقاطعة في الانتخابات

### الظاهرة الثالثة: عدم توفيق الحزب الوطني في اختيار مرشحيه:

وتم رصد تلك الظاهرة من خلال العوامل والمؤشرات التالية :

(١) تقدم للترشيح من أعضاء الحزب الوطني ٧٨٩ مرشحا (بصفتهم مستقلين) أى ما يقارب ضعف عدد المرشحين بمعرفة الحزب (٤٤٤) مرشحا، الأمر الذى يدل على :

- عدم اقتناع أعضاء الحزب الوطني بكفاءة المرشحين بمعرفة الحزب .

- عدم الالتزام الحزبى .

(٢) فور اعلان النتائج تبين نجاح ٢٦٠ مرشحا من الحزب الوطنى من بين ٤٤٤ أى بنسبة ٥٨,٥٪ من ترشيحات الحزب، وهو ما يدل دلالة قاطعة على أن ترشيحات الحزب الوطنى لم تكن صائبة بنسبة ٤١,٥٪ من جملة الترشيحات .

(٣) أعلن الأمين العام للحزب الوطنى عند فتح باب الترشيح أن الحزب سوف ينظر فى أمر المرشحين من خارج الحزب وسوف يصل الأمر الى فصلهم من الحزب لعدم التزامهم بترشيحات الحزب، ولكن فور ظهور النتائج الاولى أعلن ٩٥ مرشحا فائزا (من المستقلين عن الحزب الوطنى) انضمامهم للحزب الوطنى ولم تعترض قيادات الحزب لترفع نسبة أعضاء الحزب فى البرلمان من ٥٨,٥٪ الى ٨٠٪ .

وبسؤال أمين الحزب الوطنى (عقب إعلان النتائج الأولى) عن مصير هؤلاء الأعضاء صرح بأن :

«موقف هؤلاء الأعضاء سيتحدد على ضوء ما يسجلونه فى سجلات مجلس الشعب عند تسجيل العضوية»<sup>(٢٠)</sup>.

(٤) عدم فوز ستة مرشحين من أمناء الحزب الوطنى لمحافظات :

(المنوفية - الغربية - الشرقية - دمياط - السويس - قنا )

ونجح فى دوائرهم ستة أعضاء (من المستقلين عن الحزب الوطنى ) ،  
ويدل ذلك على :

- عدم تمتع هؤلاء الامناء بالحد الأدنى للشعبية فى الدائرة

- أن ترشيحهم بمعرفة الحزب الوطنى كان يشوبه عنصر المجاملة على  
حساب الأعضاء الستة الآخرين الذين تقدموا للترشيح كمستقلين وتمكنوا من  
الفوز على أمناء الحزب بتلك المحافظات . هذا بجانب عدم فوز اثنين من أمناء  
الحزب المساعدين فى محافظة الغربية .

(٥) لم تشمل ترشيحات الحزب ثلاثة من أمناء الحزب فى محافظات :

(الاسكندرية - البحيرة - الدقهلية)

ومرد ذلك يرجع إلى احتمالين :

( أ ) عدم كفاءتهم لخوض الانتخابات وبالتالي عدم كفاءتهم كأمناء  
للحزب فى تلك المحافظات .

(ب) مجاملة المرشحين الآخرين على حسابهم

وكلا الاحتمالين يؤكد عدم صواب بعض ترشيحات الحزب الانتخابية  
وقد تأكدت تلك العوامل والمؤشرات بتصريح أمين الحزب :

«تقرر إعادة تقييم قيادات الحزب على ضوء ما تسفر عنه الانتخابات  
وإعادة تنظيم إيماناء الحزب فى المحافظات» .

(٦) سقوط وكيل مجلس الشعب السابق (حزب وطنى ) ، وخمسة من  
رؤساء لجان المجلس السابقين (حزب وطنى) وكان حصولهم على العضوية  
البرلمانية السابقة عن طريق القوائم الحزبية وليس عن طريق المقاعد الفردية .

(٧) الانتقادات الصريحة التى وجهها كتاب الصحف بشأن عدم توفيق

الحزب الوطنى فى اختيار مرشحيه :

(مصطفى أمين - محمد الحيوان - محمود عبد المنعم مراد - سامي متولى).

(٨) عدم مراعاة تمثيل كافة الطوائف والفئات بالترشيحات :

وتمثل ذلك فى أمرين :

١- ترشيح أربعة فقط من النساء (بنسبة ٩.٠ ٪ من جملة الترشيحات)

« د . أمال عثمان (دائرة الدقى والمعجزة بالجيزة) - فريدة كامل (دائرة الخليفة بالقاهرة) - ثريا لبنى (دائرة مدينة نصر بالقاهرة) - وجيهة الزلبانى (دائرة دمنهور بالبحيرة) » .

مما ترتب عليه فقدان الحزب لنسبة كبيرة من أصوات المرأة فى الانتخابات .

ب - لم تتضمن ترشيحات الحزب الوطنى الـ (٤٤٤) أى من الأعضاء الأقباط بالحزب، مما ترتب عليه - أيضا - فقدان الحزب لنسبة كبيرة من أصوات الأقباط .

وتمكنت المعارضة من استغلال هذا القصور فى الترشيحات وذلك باستخدام أسلوب «داقة الأسافين» بين الحزب الوطنى من ناحية وبين الأقباط والنساء من ناحية أخرى .

وجدير بالذكر أنه إزاء هذا الموقف، فقد تقدم للترشيح عشر من عضوات الحزب الوطنى (كمستقلات) تمكنت ثلاث منهن من الفوز على مرشحين من الرجال سواء من الحزب الوطنى أو الأحزاب المعارضة أو المستقلين (وهن : (جليلة عواد : الدائرة الثانية بجنوب سيناء - سوسن الكيلانى : الدائرة الاولى بالاسماعيلية - وداد شلبى : دائرة العطارين بالاسكندرية) .

#### **الظاهرة الرابعة: السمة الشخصية للانتخابات**

تبين من الدراسة أن انتخابات مجلس الشعب (الفصل التشريعى السادس



( لم تكن انتخابات حزبية بل كانت انتخابات فردية فى المقام الأول، وذلك للأسباب التالية :

(١) ضعف التنافس الحزبى وذلك بسبب مقاطعة أحزاب :

(الوفد - العمل - الأحرار وجماعات الإخوان المسلمين) للانتخابات واقتصارها على حزب الاغلبية (الوطنى ) وحزب واحد من المعارضة (التجمع)، وأحزاب هامشية : (الامة - مصر الفتاة - الخضر - الاتحادى الديمقراطى).

(٢) زيادة نسبة المرشحين المستقلين عن المرشحين عن الأحزاب :

فقد بلغ إجمالى عدد المرشحين ٢٦٨١ مرشحا (بعد انتهاء فترة الطعون وانقضاء مهلة التنازل عن الترشيح). وفيما يلى أعداد المرشحين بالنظر الى الانتماءات الحزبية: جملة المرشحين عن الاحزاب : ٥٤٤ مرشحا (بنسبة ٢٠٪).

وهم : (٤٤٤) عن الحزب الوطنى - ٥٢ عن حزب التجمع - ٢٢ عن حزب الأمة - ٢٦ عن أحزاب : مصر الفتاة، الخضر ، الاتحادى)

جملة المرشحين المستقلين (عن أحزابهم) : ٩٩٣ مرشحا (بنسبة ٣٧٪ ) وهم : ٧٨٩ مستقلا عن الحزب الوطنى - ٨١ مستقلا عن الوفد - ٧١ مستقلا عن العمل - ٣٤ عن الأحرار - ١٨ عن الجماعات الاسلامية

جملة المرشحين المستقلين (سياسيا) : ١١٤٤ مرشحا (بنسبة ٤٣٪).

وبناءً على ذلك كانت عناوين الصحف القومية التى تناولت تلك الظاهرة هى :

«الحزب الوطنى ينافس الحزب الوطنى» - ( الاخبار )

«الحزب الوطنى ينافس منشقين» - ( الاهرام )

### الظاهرة الخامسة: عدم الالتزام الحزبي:

وهي ظاهرة عامة بكافة الاحزاب السياسية (سواء حزب الاغلبية أو أحزاب المعارضة)، فقد تقدم للترشيح من أحزاب المقاطعة (٢٠٤) مرشحون وهم : (٨١ من الوفد - ٧١ من العمل - ٣٤ من الأحرار - ١٨ من الإخوان المسلمين ) تحت الاستقلال السياسى، كما تقدم من الحزب الوطنى (٧٨٩) مرشحا، وترتب على ذلك النتائج التالية :

(١) بالنسبة لأحزاب المقاطعة : أفقدت تلك الترشيحات الغرض المنشود من المقاطعة وأضعفت تأثيرها السياسى المأمول .

ومن أمثلة ذلك :

- تصريح (علوى حافظ - الوفد ) من أن مقاطعة الانتخابات طعنة للديمقراطية .

- تصريح (عبد الفتاح الشوربجى - أمين عام حزب الأحرار) أن قرار المقاطعة ليس فى صالح المعارضة .

- إعلان (أحمد منجاهد - نائب رئيس حزب العمل) أن قرار المقاطعة لايعبر عن حزب العمل .

(ب) بالنسبة للحزب الوطنى : كان التنافس قويا فى عدد كبير من الدوائر بين مرشحين من الحزب الوطنى (أحدهما مرشح بمعرفة الحزب والثانى مرشح مستقل)

وتكمن أسباب تلك الظاهرة فى أن الاحزاب السياسية المصرية لم تبلغ القوة والرسوخ الحزبى المألوف فى ظل مبدأ التعددية الحزبية وأن القوة السياسية للحزب تعود بالدرجة الأولى الى قوة افرادة وليس الى برنامجة أو تاريخه السياسى كما هو متعارف عليه فى النظم الحزبية، بل إن نسبة كبيرة من عوامل القوة السياسية للحزب تعود الى شخص رئيس الحزب :

- برئاسة «حسنى مبارك» للحزب الوطنى تعد أهم الدعامات السياسية لتفوق الحزب فى الانتخابات البرلمانية .

- كما أن رئاسة كل من «فؤاد سراج الدين» لحزب الوفد، «وخالد محيى الدين» لحزب التجمع تعد سندا قويا فى تولى زعامة المعارضة السياسية فى البرلمان .

- وعلى العكس من ذلك الأحزاب الأخرى «الهامشية» .

#### **الظاهرة السادسة: كثرة عدد المرشحين المستقلين:**

بلغ عدد المرشحين للانتخابات (٢٦٨١) مرشحا وذلك بعد انتهاء مواعيد الطعون والتنازلات واستبعاد من لا تتوافر فيه شروط الترشيح، كان من بينهم ١١٤٤ مرشحا مستقلا سياسيا (أى ليس لهم إنتماءات حزبية) بنسبة ٤٢.٧٪ من إجمالى المرشحين على مستوى الـ ٢٢٢ دائرة انتخابية ، مما يدل دلالة قاطعة على أن الاستقلال الحزبى مازال يشغل مساحة كبيرة على الخريطة السياسية المصرية، وأن الأحزاب السياسية على تعددها (٩ أحزاب فى ذلك الوقت) لم تتمكن بعد من إستغراق البيئة السياسية المصرية

#### **الظاهرة السابعة: ارتفاع درجة المنافسة الانتخابية:**

تنافس على ٢٢٢ دائرة انتخابية (٢٦٨١) مرشحا بواقع ١٢ مرشحا للدائرة الواحدة وبواقع ٦ منافسين للمقعد البرلمانى الواحد وهى نسبة منافسة عالية إذ أن احتمالات الفوز - الحسائية المجردة - تعادل ١ : ٦ . وترداد تلك النسبة - فعليا - بوجود ٩ دوائر أعدمتم فيها المنافسة الانتخابية (دوائر الترقية) وهى : (الدائرتين الخامسة والسادسة بمحافظة المنوفية - الدائرة الرابعة بالشرقية - الدائرتان الثانية والثالثة بشمال سيناء - الدائرتان الثانية والسادسة بالقويس - الدائرة الرابعة ببنى سنوف - الدائرة التاسعة بقنا - الدائرة الثانية بالبحر الأحمر) .

### **الظاهرة الثامنة: انقسام حزب العمل الاشتراكي:**

حدث هذا الانقسام عقب المؤتمر العام الخامس لحزب العمل الاشتراكي الذي عقد في ٥ مارس ١٩٨٩ نتيجة تزايد نفوذ التيار الاسلامي بالحزب وهيمنته على لجنته التنفيذية العليا وأعلن «أحمد مجاهد» أنه الرئيس الفعلي للحزب بدلا من «ابراهيم شكرى» وتقدم للترشيح ومعه ٣٣ عضوا من الحزب باسم حزب العمل الاشتراكي كان من بينهم ثلاثة من أعضاء المجلس السابقين ، ثم بدأت سلسلة من المنازعات الادارية والقانونية بين كلا الجانبين كان من أبرزها اقتحام مجموعة «مجاهد» لبعض مقار الحزب لادارة شئون الحزب من خلالها .

### **الظاهرة التاسعة : استمرار التحالف بين احزاب : العمل والاحرار من**

#### **ناحية وبين جماعة الاخوان المسلمين من ناحية اخرى**

ولكنه كان تحالفا سلبيا اقتصر على مجرد مقاطعة الانتخابات البرلمانية بعكس التحالف الايجابي الذي كان بمناسبة انتخابات الفصل التشريعي السابق (الخامس - ١٩٨٧) مما يؤكد أنه كان تحالفا - تكتيكيا - كأسلوب من أساليب ادارة الصراع الانتخابي ضد حزب الاغلبية (على النحو السالف عرضه) اذ أن تحول المشرع المصرى من نظام الانتخاب بالقائمة النسبية الاجبارية الى نظام الانتخاب الثنائى أفقد هذا التحالف دواعيه وأفرغه من مضمونه الانتخابي .

### **الظاهرة العاشرة: انخفاض نسبة المشاركة الشعبية:**

جملة المقيدين فى جداول الانتخاب : ١٦ مليونا و ٢٧٣ ألفا و ٦١٦

ناخبا

جملة الذين أدلوا بأصواتهم فى الانتخابات : ٨ ملايين و ٢٧٦ ألفا و

١٧٦ ناخبا

أى أن نسبة المشاركة الانتخابية = ٤٤٧٪

وكانت نسبة المشاركة الانتخابية فى انتخابات الفصل التشريعى الخامس  
(السابق) ٥٠.٤٪

ويمكن النظر الى انخفاض تلك النسبة عند النظر الى اجمالى المقيدى  
بجداول الانتخاب سنويا الى تعداد المواطنين فى مصر لتصبح النسبة فى حدود  
١٣٪ من تعداد السكان .

#### **الظاهرة الحادية عشر: عدم وجود قضايا انتخابية مشتركة:**

وتعد تلك الظاهرة محصلة للظواهر السابقة ذلك أن القضايا الانتخابية  
المشتركة تتواجد فى ظل التنافس الحزبى وتنعدم فى ظل الانتخابات الفردية  
سيما اذا زادت نسبة المستقلين بها على النحو السالف ذكره، ونتيجة لذلك  
تعددت وتشعبت الى حد كبير القضايا الانتخابية فكانت فى مجملها قضايا  
محلية تتعلق بمشاكل الدائرة وهمومها .

وبتحليل عوامل قيام تلك الظواهر الانتخابية سواء بالنسبة للفصل  
التشريعى الخامس أو السادس تبين أنها نتاج عدة عوامل رئيسية هى :

- (١) طبيعة وأحكام وقواعد النظام الانتخابى المطبق .
- (٢) حجم ودرجة التنافس الحزبى فى ظل التعددية الحزبية .
- (٣) درجة الوعى السياسى والثقافى السائد فى البيئة الانتخابية .

### مراجع الفصل الثالث

(١) راجع :

- النشرة التشريعية، عدد مارس ١٩٥٦ .

- الوقائع المصرية، العدد ١٨ مكرر «أ» في ٤ مارس ١٩٥٦

(٢) أنظر :

- النشرة التشريعية، عدد مايو ١٩٥٦

- الوقائع المصرية، العدد ٤٣ مكرر في ٣١ مايو ١٩٥٦

(٣) تقرير لجنة الشئون الدستورية والتشريعية بمجلس الشعب في

١٩٩٤/١١/١٣ عن قرار رئيس الجمهورية رقم ٢٢٠ لسنة ١٩٩٤ .

(٤) الجريدة الرسمية، العدد ٣٩ في ٢٨ سبتمبر ١٩٧٢

(٥) الجريدة الرسمية، العدد ١٣ في ٢٨ مارس ١٩٧٤

(٦) الجريدة الرسمية، العدد ٣٩ مكرر في ١٩ سبتمبر ١٩٩٠

(٧) الجريدة الرسمية، العدد ٢١ مكرر «أ» في ٣٠ يوليو ١٩٧٩

(٨) راجع :

- الوقائع المصرية، عدد يونيو ١٩٧٩

- الجريدة الرسمية، العدد ٢١ مكرر «أ» في ٣٠ مايو ١٩٧٩

(٩) الانتخابات والديمقراطية، القاهرة : الهيئة العامة للاستعلامات،

١٩٨٧ . ص ١٣ وما بعدها .

(١٠) جريدة الأخبار، ١٠/٤/١٩٨٧

(١١) ، (١٢) جريدة الاهرام، ٩/٤/١٩٨٧

(١٣) جريدة الاهرام ، ١٠/٤/١٩٨٧

- (١٤) فؤاد مرسى وآخرون ، الانتخابات الديمقراطية فى مصر،  
القاهرة: مركز البحوث العربية (سينا للنشر)، ١٩٩٠ . ص ٤٦
- (١٥) على الدين هلال وآخرون، التطور الديمقراطى فى مصر، القاهرة  
: مكتبة نهضة الشرق، ١٩٨٦ . ص ٣٣٩
- (١٦) على الدين هلال، الاهرام الاقتصادى: الصفحة الأخيرة،  
١٩٨٧/٤/١٣، العدد ٩٥٢
- (١٧) الجريدة الرسمية، العدد ٣٩ (مكرر) فى ٢٩ سبتمبر ١٩٩٠
- (١٨) و (١٩) محمد قدرى حسن، الاستفتاء فى النظام الدستورى  
المصرى ، مرجع سابق . ص ٩٧
- (٢٠) جريدتا الاهرام والاخبار فى ١٣/١٢/١٩٩٠
-

## لفصل السابع

### تطبيقات الدعاية الانتخابية

تختلف وسائل وأساليب وأنماط الممارسات الدعائية من بيئة إنتخابية لأخرى وفقا للسّمات والمّلامح السّياسية والاقتصاديّة والإجتماعية والثقافية والدينية السائدة في المجتمع بل إنها تختلف في المجتمع الواحد من منطقة لأخرى تبعاً لتباين تلك العوامل داخل الدولة .

ومن أهم العوامل المؤثرة في الممارسات الانتخابية في كافة صورها وأشكالها بل في السلوك الانتخابي بوجه عام :

(المستوى الثقافي السائد ومدى انتشار درجة الأمية - المشاكل الاقتصادية - مدى إستقرار النظام السّياسى - طبيعة وقواعد النظام الانتخابي المطبق - ملامح الخريطة الحزبية للدولة ومدى وشدة التنافس السّياسى فيما بين الأحزاب السّياسية - درجة المشاركة السّياسية في المجتمع ) .

ويتناول هذا الفصل دراسة وتحديد الموضوعات التالية :

\* الأهمية النسبية للدعاية الانتخابية في الانتخابات البرلمانية ومدى تأثيرها في تحقيق الفوز في الانتخابات بالنظر إلى عوامل النجاح الأخرى .  
\* وسائل الاتصال الانتخابية الأكثر استخداماً في الانتخابات المصرية والأهمية النسبية لكل وسيلة منها .

\* أساليب الاتصال الانتخابية السائدة في البيئة الانتخابية المصرية .

وبناءً على ذلك ، فإن هذا الفصل ينقسم الى مبحثين .

المبحث الاول : نتائج استمارة الاستبيان ( مجتمع البحث )

المبحث الثانى : أساليب ووسائل الاتصالات الانتخابية



## المبحث الأول نتائج إستمارة الاستبيان (مجتمع البحث)

### مجتمع البحث :

كان مجتمع البحث (بالنسبة لانتخابات الفصل التشريعى الخامس لمجلس الشعب - ١٩٨٧) مكونا من ٤٨ عضوا وهم الممثلون للمقعد الفردى، وكان من المفترض أن يتم استبيانهم جميعا إلا أن المؤلف تلقى ردودا إيجابية من ٣٠ عضوا فقط بنسبة «تلبية إيجابية» تمثل ٦٢.٥٪ من مجتمع البحث، وقد تبين نجاح تسعة أعضاء منهم فى انتخابات الفصل التشريعى السادس، فأعاد المؤلف استبيانهم - فى مقابلة مقننة - بذات إستمارة الاستبيان الخاصة بالفصل السابق فجاءت نتائج الاستبيان الثانى مطابقة لنتائج الاستبيان الأول، الأمر الذى يمكن معه إعتداد نتائج الاستبيان لحالتى الدراسة (الفصلان التشريعيان الخامس والسادس).

### إستمارة الاستبيان:

تم التوصل إلى البيانات والمعلومات التالية من خلال إستمارة الإستبيان التى أجريناها لمجتمع الدراسة . . .

### البيانات العامة لمجتمع البحث:

بلغ عدد أعضاء مجتمع البحث (٣٠) عضوا من ٤٨ عضوا (المقعد الفردى) بنسبة ٦٢.٥٪ من جملة ممثلى المقعد الفردى بالفصل التشريعى الخامس .

- يمثل أعضاء مجتمع البحث ٨١٪ من المحافظات إذ إنهم يمثلون (٢١) محافظة من مجموع المحافظات بالدولة (٢٦) محافظة .

- بلغ متوسط أعمار مجتمع البحث ٥٣ سنة إذ إن أصغر الاعضاء يبلغ

٤٠ سنة وأكبرهم ٦٤ سنة. وفيما يلي التوزيع العمري وفقا للمراحل السنية :

\* عدد ١٣ عضوا من ٤٠ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة

\* عدد ٩ أعضاء من ٥٠ سنة الى أقل من ٦٠ سنة

\* عدد ٨ أعضاء أكبر من ٦٠ سنة

### **الإنتماء الحزبي:**

عدد ١ من حزب الأحرار - عدد ٩ مستقلين (من بينهم ٤) من المتتمين للجماعات الاسلامية) - عدد ٢٠ من الحزب الوطني .

وظائف أعضاء مجلس الشعب ( مجتمع البحث ) :

- عضو واحد لكل من الوظائف التالية : (طيار - داعية إسلامي - ضابط شرطة - ضابط بالقوات المسلحة).

- يمثل الوظائف التالية «عضوان» : (مهندس زراعي - طبيب - مدرس - مزارع)

- ثلاثة أعضاء يشغلون وظائف : ( محام - أستاذ جامعي )

- خمسة أعضاء : ( أعمال حرة ) .

- سبعة أعضاء : ( موظف عام ) .

### **المؤهلات العلمية لأعضاء مجلس الشعب (من مجتمع البحث):**

قبل إستعراض المؤهلات العلمية لأعضاء مجلس الشعب والممثلين للمقعد الفردي بالفصل التشريعي الخامس (١٩٨٧ م ) يجب التنويه إلى الاعتبارات التالية :

\* أن الصفة الوظيفية الغالبة بالنسبة لهم هي (صفة الفئات) : ٢٤ فئات من ٣٠ عضوا والباقي : (٦) أعضاء يمثلون العمال والفلاحين .

\* إنهم في ظل النظام الانتخابي المطبق - وقتذاك - يمثلون الصفوة

الانتخابية فى مصر بالنظر إلى أهمية المقعد الفردى بتلك الانتخابات وما يتطلبه الفوز به من خبرة برلمانية كبيرة وشعبية جارفة وإنفاق دعائى سخى (على النحو السالف عرضه).

وفيما يلى تصنيف المستوى العلمى لمجتمع البحث :

- عضو واحد (غير حاصل على شهادة دراسية) « ممثل دائرة البحر الأحمر . »

- عضوان (حاصلان على الشهادة الاعدادية) « ممثلا دائرتى : مرسى مطروح والبحيرة . »

- ثلاثة أعضاء (حاصلون على شهادة الثانوية العامة وما فى مستواها : عدد ٢ ثانوية عامة، عدد ١ دبلوم معلمين إبتدائى) « ممثلو دوائر محافظات : (بورسعيد - القليوبية) . »

- (٢١) عضوا (حاصلون على شهادة جامعية) .

- ثلاثة أعضاء (حاصلون على درجة الدكتوراه) : ممثل الشرقية «دكتوراه فى الشريعة الاسلامية» - وممثل الفيوم وحاصل على دكتوراه فى القانون - ممثل اسيوط : حاصل على دكتوراه فى الجيولوجيا .

المستوى الثقافى لأعضاء مجتمع البحث :

- ٣٣٪ غير حاصل على شهادة دراسية .

- ٦٧٪ حاصل على الشهادة الاعدادية .

- ١٠٪ حاصل على شهادة الثانوية العامة وما فى مستواها .

- ٧٠٪ حاصل على شهادة جامعية .

- ١٠٪ حاصل على درجة الدكتوراه .

ويبين من ذلك أن ٢٠٪ حاصل على شهادة الثانوية وما دونها، ٨٠٪ حاصل على شهادة جامعية أو درجة علمية أعلى .

وفى هذا الصدد يوصى المؤلف بالارتفاع بالحد الأدنى للمستوى العلمى لأعضاء مجلس الشعب الى مستوى التعليم الجامعى ليتفق هذا المستوى مع المهام المنوطة بأعضاء المجلس ومن أمثلتها : ( إصدار التشريعات - مناقشة الميزانية العامة للدولة - إبداء الرأى فى الاتفاقيات الاقتصادية والمنح والقروض الدولية - إقرار الخطة العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، ذلك أن المادة الخامسة من -قانون مجلس الشعب تنص- فيما يتعلق بشروط العضوية- على «أن يجيد المرشح لعضوية مجلس الشعب القراءة والكتابة» .

#### **اسباب التقدم بالترشيح للمقعد الفردي:**

عن الأسباب التى دعت مجتمع البحث إلى الترشيح للمقعد الفردي كانت الإجابات كما يلي :

عدد ١٢ تنفيذا لتوجيهات الحزب الذى ينتمى إليه (وجميعهم من الحزب الوطنى) بنسبة ٤٠٪ من مجتمع الدراسة .

عدد ٨ للرجبة فى المشاركة فى العمل البرلمانى بنسبة ٢٦ر٦ ٪

عدد ٣ لتوفر رصيد كبير من العلاقات العامة السياسية بنسبة ١٠ ٪

عدد ٣ لرغبته فى الاستمرار فى عضوية مجلس الشعب بنسبة ١٠ ٪

عدد ٤ «أسباب أخرى» بنسبة ١٣ر٣٪ وقد تمثلت تلك الأسباب الأخرى فى إجابات الأعضاء المنتمين لجماعة الاخوان المسلمين وذلك بإسباغ الصبغة الإسلامية على مبررات الترشيح إذ أجاب أحدهم - صراحة - أنه قد تقدم للترشيح لعضوية مجلس الشعب على المقعد الفردي «تنفيذا لتوجيهات جماعة الاخوان المسلمين» كما قرر عضو ثانٍ أنه تقدم للترشيح «للمرجبة فى تواجد التيار الإسلامى بالمجلس التشريعى» كما عزا إثنان منهما أسباب الترشيح إلى

الرغبة فى المشاركة فى العمل على تطبيق الشريعة الإسلامية من خلال قناة شرعية .

وبتحليل أسباب الترشيح للمقعد الفردى المذكورة يمكن الاستدلال على الحقائق والمؤشرات التالية :

- (١) مزاحمة الأحزاب والتيارات السياسية للمستقلين فى الترشيح للمقعد الفردى وهو ما عاب هذا النظام الانتخابى إذ لم يتح فرصاً متساوية للمستقلين فى الترشيح لعضوية مجلس الشعب إسوة بممثلى الأحزاب السياسية حيث خصص للمستقلين ٤٨ مقعداً فردياً وللأحزاب السياسية (٤٠٠) مقعد، وفى ذات الوقت زاحم ممثلو الأحزاب السياسية والتيارات السياسية المستقلين فى هذا المقعد وتمكن من الفوز به : عدد ٤ من الجماعات الإسلامية وعدد ٢٠ من الحزب الوطنى وعدد ١ من حزب الأحرار بلغت جملتهم ٢٥ عضواً من ٣٠ عضواً والباقى عدد ٥ أعضاء «مستقلون - بالفعل - عن الأحزاب السياسية» .
- (٢) ميل البيئة الانتخابية المصرية إلى تحييد نظم الانتخابات الفردية .

#### **الصعوبات البرلمانية التى واجهت مجتمع البحث:**

وتمثلت تلك الصعوبات فيما يلى :

- (١) إتساع حجم الدائرة الانتخابية : ٤٧٢٪ من حجم الصعوبات التى واجهها المرشحون للمقعد الفردى، وهو ما سبق ذكره عن الانتقادات الخاصة بنظام الانتخاب بالقائمة النسبية الإجبارية المدعم بالانتخاب الفردى .
- (٢) المنافسة الشديدة من قبل المرشحين المنافسين (٢٠٣٪) من حجم الصعوبات الدعائية .
- (٣) كثرة نفقات الدعاية (١٥٪ من حجم الصعوبات الدعائية) وهو ما يعد أثراً مترتباً على إتساع حجم الدائرة .
- (٤) عدم استيعاب الناخبين لنظام الانتخاب (٩٥٪) .

(٥) صعوبات أخرى (٨٪) وهى :

( ضيق الفترة المخصصة للدعاية : ٣ أسابيع - إعاقه إستخدام قانون الطوارئ لحرية حركة المرشحين - تدخل الشرطة ضد بعض المرشحين لصالح الحزب الوطنى - كثرة إنفاق المرشحين المنافسين على الدعاية الانتخابية - تدخل أجهزة الحكم المحلى ضد بعض المرشحين - إنعدام الوعى السياسى لدى الناخبين وسهولة التأثير عليهم من قبل المرشحين - المنافسين ) .

### **اسباب وعوامل النجاح فى الانتخابات:**

كانت إجابات أعضاء مجتمع البحث عن «الأسباب والعوامل المباشرة والمؤدية إلى النجاح فى الانتخابات » هى على الترتيب التالى وبحسب أهميتها فى الفوز :

(١) المكانة الاجتماعية للمرشح بالدائرة (١٩ر٧٪)

(٢) سمعة المرشح السياسية بالدائرة (١٨ر٥٪)

(٣) العصبية العائلية أو القبلية (١٦ر٢٪)

(٤) الخدمات السابقة التى قدمها المرشح للدائرة (١٤٪)

(٥) الدعاية الانتخابية (٧٪)

(٦) البرنامج الانتخابى (٦ر٥٪)

(٧) قادة الرأى (٥ر٣٪)

(٨) الخبرة البرلمانية (٤ر٨٪)

(٨) المساندة الحزبية (٤ر٨٪)

(١٠) الأسباب والعوامل الأخرى (٣٪)

وتمثلت الأسباب والعوامل الأخرى فى إجابات (٣) من مجتمع البحث (والمتتمين إلى التيار الاسلامى ) إذ قرروا أن العامل الأول فى نجاحهم هو :

- إنتماؤهم إلى التيار الإسلامى .

### **مؤشرات ودلائل العوامل المؤثرة فى تحقيق الفوز فى الانتخابات:**

(١) الأهمية النسبية للدعاية الانتخابية :

جاء عامل «الدعاية الانتخابية» فى المرتبة الخامسة لعوامل وأسباب الفوز فى الانتخابات بنسبة ٧٪ من إجمالى عوامل النجاح . هذا برغم الارتفاع المتزايد فى الإنفاق الدعائى - بوجه عام - إلا أن كبر حجم الإنفاق الدعائى فى الانتخابات البرلمانية لا يدل على أن الدعاية الانتخابية هى العامل الحاسم فى الفوز فى الانتخابات بل هى عامل مساعد أو عامل كاشف ومُظهر للعوامل الأخرى وذلك للأسباب التالية :

- سقوط عدد من رموز رجال المال والأعمال رغم الإنفاق المالى الملحوظ الذى تم رصدته للدعاية الانتخابية .

- إرتفاع أسعار الإعلانات بوسائل الإعلام المختلفة، وكذا المستلزمات والأدوات التى تستخدم فى الدعاية .

- رصدت الدراسة الميدانية توزيع المرشحين كميات كبيرة من الهدايا الانتخابية على الناحيين، ويعتبرها مجتمع البحث من الخدمات المقدمة للدائرة وليست من قبيل الهدايا الانتخابية إذ تبين من المقابلة المقننة التى أجراها الباحث مع أعضاء مجتمع البحث أن ما يقدمه المرشح من هدايا إنتخابية هو من قبيل الخدمات التى يؤديها لأبناء الدائرة وبالتالى لم يذكرها أى من أعضاء مجتمع البحث فى الإجابة عن السؤال الثالث رغم ورودها بالاستمارة من بين عوامل النجاح .

(٢) أن الاعتبار الشخصية هى العامل الحاسم فى الفوز فى

الانتخابات:

وتمثلها ثلاثة عناصر من جملة عناصر الفوز وهى :

(المكانة الاجتماعية للمرشح بالدائرة - سمعة المرشح السياسية - الخدمات السابقة: على الانتخابات التي قدمها المرشح للدائرة) وتمثل تلك الاعتبارات الشخصية نسبة ٥٢,٢٪ من إجمالي عوامل وأسباب النجاح.

(٣) أهمية العصبية العائلية والقبلية في تعزيز الموقف الانتخابي للمرشح:

إذ يأتي عامل العصبية العائلية والقبلية في المرتبة الثانية من حيث الأهمية وبعد الاعتبارات الشخصية في حسم نتائج الانتخابات البرلمانية لصالح المرشح الذي تتوفر فيه تلك العوامل إذ أن عاملى : العصبية العائلية والقبلية، قادة الرأى يشكلان نسبة ٢١,٥٪ من إجمالي عوامل النجاح.

وتعد العصبية العائلية والقبلية من أهم العوامل في دوائر محافظات الوجه القبلى، وأيضاً في غالبية دوائر الوجه البحرى وقد رصدت الدراسة أهمية هذا العامل في بعض دوائر محافظة الاسكندرية التى يقطن بها عدد كبير من أبناء الصعيد خاصة إذا ما كان أحد المرشحين من أبناء إحدى محافظات الصعيد.

(٤) لا تحتل الاعتبارات البرلمانية أو الاعتبارات العامة أى أهمية فى تحقيق الفوز فى الانتخابات البرلمانية :

إذ إن العوامل والأسباب التى تمثل الاعتبارات العامة هى :

(الخبرة البرلمانية ٤٨٪ - البرنامج الانتخابى ٦٥٪ - المساندة الحزبية ٤٨٪) أى أن مجموع الاعتبارات البرلمانية فى تحقيق الفوز البرلمانى تمثل ١٦,١٪ فقط من إجمالي عوامل الفوز! وتؤكد تلك الدلالة الأهمية الكبرى للاعتبارات الشخصية والفردية والعائلية أو القبلية فى الانتخابات البرلمانية .

(٥) يسترسل أعضاء مجتمع البحث فى إضفاء العباءة الاسلامية على عوامل الفوز بالانتخابات إذ يذكر ثلاثة منهم أن العامل الأول فى نجاحهم فى الانتخابات هو إنتماؤهم إلى التيار الإسلامى .



(٦) عدم أهمية المساندة الحزبية للمرشح :

إذ جاءت فى المرتبة الثامنة (مكررا) من بين عوامل النجاح بنسبة ٤٨٪ من إجمالى عوامل الفوز، هذا برغم أن ٤٠٪ من أعضاء مجتمع البحث خاضوا الانتخابات بناءً على توجيهات من الحزب الوطنى مما يدل على أن المساندة الحزبية لاتعنى إلا التصريح لمرشحى الحزب بخوض الانتخابات تحت المظلة الحزبية أما عن تحقيق الفوز فى الانتخابات فإنه يعود بالدرجة الأولى إلى المرشح وشأنه بالدائرة على النحو السالف ذكره بالنسبة للاعتبارات الشخصية والعصبيات العائلية أو القبلية .

وعلى الجانب الآخر فإن وجهة نظر مرشح لم يوفق فى الانتخابات قد يكون من شأنها إكمال دائرة التفسير - العملى والواقعى - لعوامل وأسباب الفوز فى الانتخابات :

«قبل أن أبدأ أول خطوة فى المعركة الانتخابية فوجئت بسرعة المرشحين المحترمين فى الدائرة، فبسرعة احتلت لافتاتهم الأماكن الرئيسية وانتهوا من ترتيبات التعاون مع مراكز تجمعات الناخبين فى النوادى والمقاهى والمساجد، فحجزوا تقريبا كل محلات الفراشة ومكبرات الصوت واحتكروا الخطاطين وباعة الأقمشة، باختصار وجدت أن أسماءهم تدوى فى أركان الدائرة قبل أن أبدأ أول خطوة، فقد اعتمدت فى دعايتى على أنى عالم حاصل على جائزة الامم المتحدة فى البيئة ومخترع (٠٠٠)، لكننى وجدت لعبة الانتخابات حاجة ثانية خالص، يعنى اكتشفت أننى أخجل جدا من التردد على المقاهى لمخاطبة الناس، لأعرف كيف أدخل قهوة وأقدم لروادها المشروبات «على حسابى» وأقول لهم انتخبونى كما يفعل الآخرون، لم أستطع أن أفعل ذلك ، أما محترفو الانتخابات فتجدهم منتشرين فى المقاهى والنوادى والورش وأمام المحلات يتكلمون مع كل الناس كذبا أو صدقا لأعرف، والناس تستمع إليهم،

بصراحة : أنا لا أستطيع أن أكون مثلهم ٠٠٠». « حديث للمرشح «د. رضا  
على عزام» (حزب الخضر) لمجلة روز اليوسف العدد ٣٢٥٨ في ١٩/١١/٩٠

#### الدعم المالي لنفقات الدعاية :

رصدت الدراسة الميدانية إنتشار ظاهرة إنتخابية جديدة وهى : قيام  
الأفراد والشركات والهيئات بتقديم دعم مالى للمرشحين على النحو السالف  
ذكره بالمبحث الأول .

وفيما يتعلق باجابات أعضاء مجتمع البحث عن تلقيهم دعما ماليا من  
الأفراد أو الشركات أو الهيئات، فقد قام الباحث بصياغة هذا السؤال بصيغة  
(الغير) إذ توقع الباحث أن توجيه السؤال للمبحوث مباشرة سوف يؤدي إلى  
الاجابة بالنفى لعدة أسباب : أولها حساسية الاعتراف بتلقى الدعم المالى من  
الغير، وثانيها : رغبة العديد من المرشحين فى عدم الإفصاح عن حجم  
ومصدر هذا الدعم المالى، وثالثها: أن الدعم المقدم من الشركات والأفراد كان  
بصفة غير علنية لاعتبارات سياسية واقتصادية وبوجه خاص بالنسبة للدعم الذى  
قدمته شركات توظيف الأموال للمرشحين المنتمين إلى الجماعات الإسلامية .  
ومن ثم كان نص السؤال المدرج باستمارة الاستبيان عن هذا الموضوع هو :  
«هل تلقى المرشحون المنافسون دعما ماليا - للانتخابات - من أفراد أو  
شركات أو هيئات» .

#### وجاءت الإجابات كما يلى :

- ٦٦٦٪ بالإيجاب : إذ قدر المبحوثون أن المرشحين المنافسين قد تلقوا  
دعما ماليا من الغير .

٢٠٪ بالنفى : عدم تلقى المرشحين المنافسين دعما ماليا من الغير .

٣١٣٪ عدم معرفة المبحوث عما إذا كان المرشح المنافس قد تلقى دعما  
ماليا من عدمه .

### **الأهمية النسبية لوسائل الدعاية،**

تعريف وسيلة الدعاية الانتخابية :

توصل المؤلف إلى وضع تعريف «لوسيلة الدعاية الانتخابية» من خلال الدراسات النظرية والتطبيقية من وسائل الاتصال الانتخابية . .  
وسيلة الدعاية الانتخابية هي :

**القناة الإعلامية (العامة أو الخاصة) التي يبيت من خلالها المرشح رسالته الانتخابية إلى الهيئة الناخبة.**

وبالنسبة لاستبيان مجتمع الدراسة عن ترتيب وسائل الاتصال الانتخابية من حيث مدى أهميتها في الحملات الانتخابية، فقد تم حصر إثنى عشرة وسيلة إتصال كان ترتيبها - من حيث الأهمية بالنسبة لمجتمع البحث على الوجه التالي :

في المرتبة الاولى : الندوات والمؤتمرات بنسبة ٢٥ر٥٪ يليها في المرتبة الثانية : المنشورات والمطبوعات بنسبة ٢٤ر٦٪ ثم في المركز الثالث : اللافتات بنسبة ٢٣ر٢٪ وفي المركز الرابع : سيارات الدعاية ١٠٪ والخامس : دور العبادة ٧٪ والسادس : المناظرات الانتخابية ٥٪ والسابع : الصحافة القومية ١ر٥٪ والثامن : الصحافة الحزبية ١ر٥٪ والتاسع : الصحافة المحلية ٨ر٠٪ والعاشر : الاذاعة المحلية ٦ر٠٪ وفي المركز الاخير : التليفزيون والاذاعة القومية (صفر٪).

ويمكن إستخلاص المؤشرات والدلالات التالية على ضوء ترتيب المبحوثين لوسائل الاتصال الانتخابية، فيما يلي :

(١) أن وسائل الاتصال الشخصية هي الوسائل الشائعة الاستخدام في الانتخابات البرلمانية كما أنها أكثر تأثيرا في الهيئة الناخبة من وسائل الاتصال الجماهيرية . . فالاتصال الشخصي هو الاتصال الحاسم في العملية الانتخابية،

فقد احتلت مجموعة وسائل الاتصال الشخصية والتقليدية مكان الصدارة بالنسبة لوسائل الدعاية الانتخابية وهى : (الندوات والمؤتمرات - المنشورات والمطبوعات - اللافتات) بنسبة ٧٣,٣٪ من جملة الوسائل المستخدمة .

(٢) ليس لوسائل الاعلام الجماهيرية أهمية على الإطلاق فى الممارسات الانتخابية، إذ بلغت نسبتها ٤,٤٪ فقط وهى (الصحافة - الاذاعة - التلفزيون) .

(٣) تساوت الصحف القومية والصحف الحزبية فى أهميتها الدعاية إذ احتلت كل وسيلة منها المركز السابع بالنسبة لباقي الوسائل بنسبة ١,٥٪ من إجمالى الوسائل المستخدمة .

(٤) لم يستخدم أى من أعضاء مجتمع الدراسة كلا من التلفزيون أو الإذاعة القومية فى الدعاية الانتخابية .

وفى سبيل الإرتقاء بمستوى الممارسات الانتخابية، توصى الدراسة باستخدام المناظرات الانتخابية عن طريق الإذاعة والتلفزيون وفق التصور الوارد بتوصيات الدراسة .

(٥) إتساق ترتيب أهمية وسائل الاتصال الانتخابية مع عوامل الفوز فى الانتخابات، فطالما كانت عوامل النجاح تعتمد بصفة أساسية على المكانة الاجتماعية والسمعة السياسية للمرشح بالدائرة فى ظل عصبية عائلية أو قبلية فكان من اللازم أن تكون وسائل الاتصال الشخصى وليس العامة أو الجماهيرية هى الوسائل الأكثر أهمية وتأثيرا فى البيئة الانتخابية .

#### **أساليب الدعاية:**

يمكن تعريف أساليب الاتصال الانتخابية بأنها :

هى طرق تنفيذ خطوات الحملة الانتخابية، وسبل إفراغ محتوى الرسالة الدعاية بما يتناسب مع الإطار الدلائلى للبيئة الانتخابية .

ومن حيث تلاحظ للباحث شيوع استخدام أساليب دعائية غير شرعية وغير أخلاقية فى الانتخابات البرلمانية فقد صاغ، إستبيان تلك الأساليب عن طريق أسلوب «نسبة الممارسة إلى الغير» فكانت صياغة السؤال كما يلى :

«هل لجأ المرشحون المنافسون إلى ممارسة أساليب دعائية غير شرعية أو غير أخلاقية فى مواجهتكم؟»:

- أجاب ٨٣٣٪ من المبحوثين بـ «نعم» (٢٥ عضوا)

- وأجاب ١٦٦٪ من المبحوثين بـ «لا» (٥ أعضاء)

#### **أساليب الدعاية غير الشرعية وغير الأخلاقية :**

رصدت الدراسة التمهيدية التى أجراها المؤلف عن الممارسات الانتخابية لانتخابات الفصل التشريعى الخامس ١٩٨٧ العديد من أساليب الاتصال الانتخابية غير الشرعية وهى الأساليب التى يجرمها ويعاقب عليها القانون مثل :

الشائعات الانتخابية - تمزيق وتشويه المطبوعات والملصقات الانتخابية - شراء أصوات الناخبين وكذلك أساليب الاتصال غير الأخلاقية وهى الأساليب التى لا يجرمها أو يعاقب عليها القانون ولكنها تتنافى مع العادات والتقاليد والقيم الأخلاقية مثل :

أسلوب داقة الاسافين - القسم وأخذ العهود - التشويش على الاجتماعات الانتخابية .

وبناءً على ذلك تم حصر تلك الأساليب واستبيان مجتمع الدراسة عن أكثرها شيوعاً فى البيئة الانتخابية، فكانت نتائج الاستبيان كما يلى :

(١) كان أسلوب إطلاق الشائعات الانتخابية ضد الخصوم سواء الأحزاب السياسية أو المرشحين من الافراد هو الاسلوب الأكثر شيوعاً فى الممارسات الانتخابية بنسبة ٣٠٪ تلاه أسلوب شراء أصوات الناخبين لصالح مرشحين

معينين بنسبة ٢٢٤٪ ثم فى المرتبة الثالثة أسلوب داقة الاسافين بنسبة ١٤٩٪ (سواء بين المرشحين والأحزاب التى ينتمون إليها أو سواء بين مرشحي القائمة الواحدة - وذلك على النحو الجارى عرضه فى البحث الثالث) وجاء أسلوب تمزيق وتشويه اللافتات والملصقات الانتخابية فى المركز الرابع بنسبة ١٣٤٪ ثم فى المركز الخامس : أسلوب القسم وأخذ العهود بنسبة ١٢٧٪ وفى المركز السادس : أسلوب التشويش على الاجتماعات الانتخابية .

(٢) بلغت نسبة الأساليب غير الشرعية ٦٥٨٪ من إجمالى الأساليب غير الشرعية وغير الاخلاقية المستخدمة فى الممارسات الانتخابية وهى (إطلاق الشائعات على الخصوم- شراء أصوات الناخبين - تمزيق وتشويه المطبوعات والمنشورات والملصقات الدعائية للمرشحين المنافسين) فى حين بلغت نسبة الأساليب غير الاخلاقية ٣٣٪ وهى : (داقة الأسافين- القسم وأخذ العهود - التشويش على الاجتماعات والندوات الانتخابية للمرشحين المنافسين) .

وجار عرض كافة تلك الأساليب - بالتفصيل - فى البحث التالى .

(٣) عن مدى تأثير تلك الأساليب غير الشرعية أو غير الأخلاقية على الناخبين :

قرر ٣٠٪ من المبحوثين أنه لم يكن لها تأثير على الإطلاق، فى حين قرر ٧٠٪ بأن تلك الأساليب كان لها تأثيرها على الهيئة الناخبة ومن حيث درجة هذا التأثير قرر ٦٣٣٪ بأن لها تأثيرا محدودا وقرر ٦٧٪ بأن تلك الأساليب كان لها تأثير قوى على الناخبين .

#### **كيفية مواجهة الأساليب الدعائية غير الشرعية وغير الاخلاقية :**

- قرر ٥٣٣٪ من المبحوثين أنهم قد واجهوا تلك الأساليب بحملة دعائية قوية استطاعت أن تزيل أثر تلك الأساليب على الهيئة الناخبة .  
- كما قرر ٤٠٪ من المبحوثين بأنهم قد واجهوا كل أسلوب من تلك الأساليب بأسلوب دعائى مشروع .

وفى واقع الأمر أنه تبين من تحليل مضمون أساليب الممارسات الانتخابية أن مواجهة المرشحين للأساليب الدعائية غير الشرعية أو غير الأخلاقية قد تم باتباع ذات الأساليب التى اتبعها المرشحين المنافسين .

- قرر ٦٧٪ من المبحوثين أنهم قد أهملوا تلك الأساليب ولم يلتفتوا إليها حيث لم يكن لها تأثير (بالنسبة إليهم) .

#### **الأساليب الدعائية المستحدثة:**

وعن استبعاد الأساليب الدعائية المستحدثة كانت نتائج الاستبيان كما يلى :

- أقر ٩٠٪ من المبحوثين أنهم لم يستخدموا أساليب دعائية مستحدثة، واعتمدوا على أساليب تقليدية من أهمها : الاتفاقات العائلية والعصبية - الزيارات الانتخابية - المنشورات - اللافتات - الملصقات الدعائية .

- فى حين قرر ١٠٪ من المبحوثين ( ٣ أعضاء ) أنهم قد استخدموا أساليب دعائية مستحدثة وهى :

\* إعداد وتوزيع «كتيب إنتخابى» عن المرشح موضحا به : رمزه الانتخابى وبرنامجه وانجازاته السابقة سواء على المستوى البرلمانى أو على مستوى الدائرة .

\* تصميم وإعداد «كارت انتخابى إرشادى» بعنوان : (دليل الناخب) يتضمن : اسم الناخب - رقم عضويته - عنوان اللجنة الانتخابية - تعريف بالمرشح - الرمز الانتخابى للمرشح - آية قرآنية .

ويتسم هذا الأسلوب بالمرتكزات الدعائية التالية :

(١) تقديم خدمة إرشادية للناخب عن طريق تدوين رقم عضويته وعنوان لجنته الانتخابية .

(٢) تعريف للمرشح عن طريق هذا الدليل الارشادى وبأسلوب مختصر

ومؤثر .

(٣) إطلاع الناخب على الرمز الانتخابى للمرشح لإحداث التأثير

الدعائى المطلوب بالنسبة لمن لايجيد القراءة من الناخبين .

(٤) يتضمن الدليل آية قرآنية كى يضمن المرشح احتفاظ الناخب بهذا

الدليل الارشادى .

\* استخدام شرائط التسجيل الغنائية عن طريق انتاج وتوزيع شريط غنائى

يعدد مآثر المرشح ويدعو إلى انتخابه، وتولى تلحينه أحد كبار الملحنين وأداء

مطرب أو مطربة من المشهورين .

#### **الاستعانة بخبراء فى الدعاية:**

عن مدى إستعانة المرشح بخبراء فى الدعاية أو شركات أو مكاتب

متخصصة فى الدعاية نفى ٩٣ر٣٪ من المبحوثين إستخدام خبراء أو شركات

دعاية بينما قرر ٦ر٦٪ بأنهم قد استعانوا فى حملاتهم الانتخابية بخبراء

وشركات متخصصة فى الدعاية .

#### **عن تراحم الترشيحات للمقعد الفردى:**

باستبيان أسباب كثرة عدد الذين تقدموا للترشيح عن المقعد الفردى قرر

المبحوثون أن عوامل وأسباب تلك الظاهرة ترجع إلى :

(١) عدم الترشيح بمعرفة الأحزاب على القوائم بنسبة ٣٩٪

(٢) أن المقعد الفردى هو المحك الحقيقى للانتخابات بنسبة ٢١٪

(٣) كثرة عدد المستقلين السياسيين فى مصر بنسبة ١٦ر٢٪

(٤) البحث عن الشهرة بنسبة ١٢ر٤٪

(٥) أسباب أخرى بنسبة ١١ر٣٪ ( عدد ٦ مبحوثين) كانت إجابتهم كما

يلى :



( أ ) عدد ٣ مبحوثين : أسلوب من أساليب الانتخابات يقصد به تفتيت الأصوات بالدائرة لصالح مرشح معين (بنسبة ٥٦٪)

( ب ) عدد ٣ مبحوثين : للاستفادة من مزية الحصول على اجازة انتخابية مدفوعة الأجر . (بنسبة ٥٦٪)

### **دلالات الاستبيان فيما يتعلق بظاهرة كثرة المرشحين للمقعد الفردى :**

(١) بالنسبة للعامل الاول المؤدى إلى كثرة المرشحين المستقلين وهو :

«عدم الترشيح بمعرفة الأحزاب على القوائم»، تؤكد إجابة المبحوثين ما سبق ذكره فى هذا الصدد عن تلك الظاهرة وأن دوافعها الأساسية هي :

- عدم توفيق الحزب الوطنى فى اختيار مرشحيه وقد ساعد على ذلك مقاطعة بعض أحزاب المعارضة للانتخابات (الوفد - العمل - الأحرار - جماعات التيار الإسلامى) مما أدى إلى استخدام أسلوب المجاملات السياسية بالنسبة للترشيحات الانتخابية .

- عدم الالتزام الحزبى (من جانب المرشحين) لعدم اقتناعهم بمرشحي الحزب من ناحية ولأن النظام الحزبى لم يستقر سياسيا بعد .

(٢) بالنسبة للسبب الثانى : «أن المقعد الفردى هو المحك الحقيقى للانتخابات» فقد توافقت تلك الاجابة مع ما سبق ذكره من أن البيئة الانتخابية المصرية تميل - بطبيعتها وظروفها - إلى الأخذ بنظام الانتخاب الفردى .

(٣) كثرة عدد المستقلين السياسيين فى مصر «كسب ثالث من أسباب كثرة المرشحين المستقلين» ما هو إلا إنعكاس للعوامل التالية والسابق عرضها بالتفصيل :

- حداثة العهد بنظام التعددية الحزبية .
- إفتقاد الجيل الحالى من الشباب لعوامل التنشئة الحزبية .
- قصور الأحزاب السياسية المعاصرة عن استيعاب كافة الاتجاهات

والتيارات السياسية فى مصر برغم تعدد الأحزاب (١٤ حزبا سياسيا) ولكن غالبية تلك الأحزاب - فى واقع الأمر - تعد أحزابا هامشية .

#### (٤) البحث عن الشهرة :

وهو ما يؤكد ما سبق ذكره من استقراء بيانات المرشحين بالانتخابات البرلمانية لحالتى الدراسة. إذ تبين أن عددا كبيرا من المرشحين من ذوى الأعمال الخاصة والمهن الحرة قد تقدموا للترشيح ليس بقصد الفوز فى الانتخابات ولكن بهدف الشهرة إذ إن الترشيح للانتخابات البرلمانية يتيح لهم دعاية مجانية فى الصحف القومية .

(٥) الترشيح للمقعد الفردى هو أحد أساليب إدارة الصراع الانتخابى، إذ قد يقصد به تفتيت أصوات مرشح معين بالدائرة لصالح مرشح آخر .

(٦) قرر ٥٦٪ من المبحوثين أن البعض قد تقدم للترشيح بـغية الحصول على إجازة مدفوعة الأجر ويتطابق ذلك الاستبيان مع ما سبق ذكره «عن الترشيحات غير الجدية» بالمبحث السابق .

#### الجماعات والطوائف المأثرة فى العملية الانتخابية :

كان الهدف الأساسى من هذا السؤال هو تحديد أهم الجماعات المؤثرة فى العملية الانتخابية وتحديد الحجم السياسى لكل جماعة منها بغية الوصول إلى الحقائق التالية :

- تحديد درجة تأثير وأهمية كل جماعة من الجماعات السياسية فى الانتخابات البرلمانية .

- تقدير مدى تطابق حجمها السياسى - الحقيقى - مع حجم دعايتها المعلنة . ومن ثم انصب السؤال على ثلاث جماعات هى :

(الجماعات الإسلامية - الجماعات الناصرية - الجماعات الاشتراكية) بالإضافة إلى ما ذكره المبحوث من جماعات أخرى .

وكانت نتائج الاستقصاء كما يلي :

- \* قرر ٤٥٪ من المبحوثين أن كل الجماعات والطوائف الشعبية وليس جماعة بعينها هي المؤثرة بشكل رئيسي وفعال في الانتخابات البرلمانية .
- \* قرر ٣١٫٥٪ من المبحوثين أن النقابات العمالية والمهنية هي الجماعات الأكثر تأثيرا في الانتخابات .
- \* بلغت أهمية الجماعات الإسلامية ١١٫٣٪ ، والجماعات الاشتراكية ٦٫٧٪ والناصريون ٥٫٥٪ .
- وبين من ذلك أن النقابات العمالية والمهنية في مصر تشكل أهمية كبرى في الانتخابات البرلمانية مما يتيح اعتبارها إحدى جماعات الضغط السياسي فيما يتعلق بالانتخابات البرلمانية .

#### **إنخفاض نسبة المشاركة الشعبية:**

يستهدف الاستبيان إستبعاد رأى ممارس الانتخابات البرلمانية من مجتمع الدراسة عن أسباب إنخفاض نسبة المشاركة في الانتخابات البرلمانية .  
وخلص الاستبيان في هذا الصدد إلى تحديد الأسباب والعوامل المؤدية إلى إنخفاض نسبة المشاركة الشعبية فيما يلي :

- أولا : صعوبة فهم نظام الانتخاب (بنسبة ٣١٫٥٪)
  - ثانيا : عدم الاقتناع بجدوى المشاركة في الانتخابات (بنسبة ٢١٫٥٪)
  - ثالثا : عدم وجود وعى سياسى لدى المواطنين (بنسبة ١٧٫٧٪)
  - رابعا : عدم الاهتمام بالانتخابات (بنسبة ١٠٫٨٪)
  - خامسا : فقدان الثقة فى طريقة فرز الأصوات (بنسبة ١٠٫٥٪)
- وذكر بعض المبحوثين أسبابا أخرى لانخفاض نسبة المشاركة الشعبية (بلغت ٨٪ من إجمالى الأسباب)، وهى :

- عدم تطبيق عقوبات على المتخلفين عن ممارسة الواجب الانتخابي (بنسبة ٥٣٪ - عدد ٣ مبحوثين).

- عدم إنتظام السقيد فى جداول الانتخابات (بنسبة ٢٧٪ - إثنان من المبحوثين).

### **مؤشرات ودلائل إجابات المبحوثين بالنسبة لانخفاض نسبة المشاركة الشعبية**

أكدت نتائج الاستبيان فيما يتعلق بأسباب نسبة المشاركة الشعبية فى الانتخابات البرلمانية ما سبق عرضه بشأن تقييم نظام الانتخاب بالقائمة النسبية الإجبارية سواء النظام التطبيقي الأول لها (مع التمييز الفئوى) أو وفق النظام التطبيقي الثانى للقائمة النسبية الإجبارية (المدعم بالانتخاب الفردى) أن هذا النظام الانتخابى «يشقيه التطبيقيين» وما اكتنفه من مساوئ دستورية وسياسية من بينها : الإسهام فى الإرتفاع بنسبة المشاركة الشعبية وذلك لصعوبة إستيعاب هذا النظام ولتعقد طرق وأساليب فرز الأصوات .

ويمكن إرجاع عوامل إنخفاض نسبة المشاركة إلى :

( أ ) عوامل ترجع إلى طبيعة النظام الانتخابى :

وتبلغ نسبتها ٤٢٪ من جملة الأسباب وهى : صعوبة إستيعاب قواعد وأسس النظام الانتخابى ٣١٥٪ - وفقدان الثقة فى طريقة فرز الأصوات (١٠٥).

( ب ) عوامل تتعلق بالوعى السياسى وبدرجة الاقتناع بالممارسات البرلمانية : وتبلغ نسبتها ٣٩٢٪ من جملة الأسباب وهى : ( عدم وجود وعى سياسى لدى الناخبين ١٧٧٪ - عدم الاقتناع بجدوى المشاركة فى الانتخابات (٢١٥٪) .

عوامل قانونية واجرائية :

وتبلغ نسبتها ١٨ر٨٪ من جملة العوامل وهى : (عدم تطبيق عقوبات على المتخلفين عن الانتخاب ٥ر٣٪ - عدم إنتظام القيد فى جداول الانتخاب بنسبة ٢٧٪ - عدم الاهتمام بالانتخابات ١٠ر٨٪)

وقد تبين أن عامل (عدم الاهتمام بالانتخابات البرلمانية) يرجع بصفة أساسية إلى المعاناة الاقتصادية لدى البعض والتي من شأنها غياب مسألة الانتخابات البرلمانية من دائرة الاهتمامات الشخصية .

### **النظام الانتخابى المفضل (لدى مجتمع الدراسة)**

كانت نتائج إستبيان مجتمع الدراسة عن النظام الانتخابى المفضل والمناسب للبيئة السياسية المصرية كما يلى :

- ٧٦ر٦٪ من مجتمع الدراسة يفضل نظام الانتخاب الثنائى مع التمييز  
الفئوى .

- ١٠٪ من مجتمع الدراسة يفضل نظام الانتخاب بالقائمة النسبية  
الاجبارية مع التمييز الفئوى .

- ٦ر٧٪ يفضلون نظام الانتخاب بالقائمة النسبية الإجبارية مع التمييز  
الفئوى .

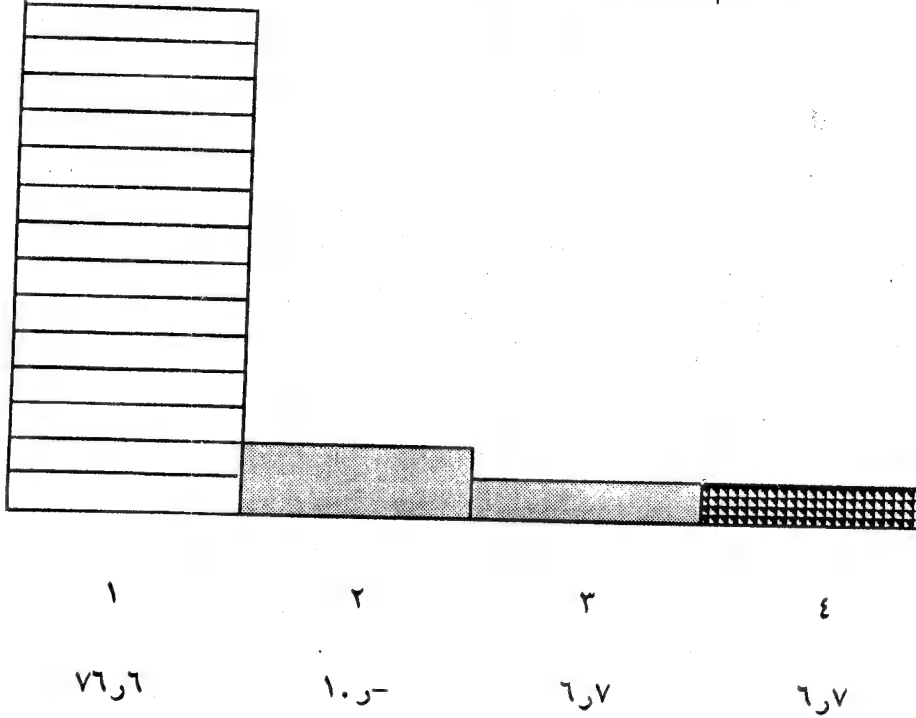
- ٦ر٧٪ يفضلون أنظمة إنتخابية أخرى (عدد ٢ من المبحوثين) :

إذ يفضل الأول نظام الانتخاب على مرحلتين ويقصد به أن تتولى كل طائفة بالمجتمع (عمال - أطباء - تجار - مهندسون - الخ) اختيار مندوبيهم الذين ينتخبون أعضاء مجلس الشعب . بينما يفضل العضو الثانى ( ويمثل الجماعات الإسلامية )

نظام أهل الحل والعقد أى أن يكون الانتخاب والترشيح مقصورا على (أهل النظر والاجتهاد) دون غيرهم من فئات المجتمع .

### النظام الانتخابي المناسب

- (١) النظام الفردي (النظام الأسبق : الفصل التشريعي الثالث) المقصود به هو نظام الانتخاب الثنائي مع التمييز الفئوي
  - (٢) القائمة النسبية المطلقة مع التمثيل الفردي (النظام التالي : الفصل التشريعي الخامس)
  - (٣) الانظمة النسبية المطلقة دون التمثيل الفردي (النظام السابق : الفصل التشريعي الرابع)
  - (٤) انظمة انتخابية اخرى . . .
- وفقا للرسم التوضيحي التالي :



### **مؤشرات ودلائل النظام الانتخابي المفضل لدى مجتمع البحث:**

بتحليل نتائج إستبيان مجتمع الدراسة فيما يتعلق بالنظام الانتخابي المفضل لدى أعضاء مجلس الشعب (مجتمع الدراسة) يمكن تحديد المؤشرات والدلائل التالية :

أولا : ميل البيئة الانتخابية المصرية إلى تطبيق نظام الانتخاب الفردي وهي ذات النتيجة التي توصل إليها الباحث من خلال عرض تطور نظم الانتخابات المصرية البرلمانية .

ثانيا : إن نظم الانتخابات (المختلطة) لاتعبر عن إتجاهات التفضيل السياسية لدى البيئة الناجبة وهي تتمثل في نظامي الانتخاب بالقائمة النسبية الإجبارية السالف ذكرها .

ثالثا : إن ممثلي الجماعات الإسلامية يصبغون الصبغة الإسلامية على كافة مناحى الأنشطة السياسية ، وجدير بالذكر - في هذا المقام - أن مهام أهل الحل والعقد في بعض الفترات التاريخية كانت تنصب فقط على اختيار الخليفة، والأمر المعروض للاستبيان - هنا - هو إختيار أعضاء السلطة التشريعية (البرلمان) وهو إحدى المؤسسات الدستورية التي لم تكن معروفة في عهد صدر الاسلام .

## المبحث الثانى أساليب ووسائل الاتصال الانتخابية

يتعرض هذا المبحث للممارسات الاتصالية الانتخابية لحالتى الدراسة (انتخابات ١٩٨٧، انتخابات ١٩٩٠) من منظورين أساسيين هما:

- أساليب الاتصالات الانتخابية .
  - وسائل الاتصال الانتخابية .
- وبجانب رصد وتحليل المرتكزات الإعلامية التى مارسها كل من المرشح والأحزاب والصحف القومية إزاء العملية الانتخابية ويعتمد تصنيف هذا المبحث على المعيار الموضوعى - وليس الزمنى - ذلك أن حالتى الدراسة هما فى واقع الأمر «حالة إنتخابية واحدة» للأسباب التالية:
- تعاقبهما زمنيا .
  - تقارب الفارق الزمنى بينهما ( ٣ سنوات ) .
  - ثبات عنصر الدعاية الانتخابية فى مواجهة المتغير البرلمانى (النظام الانتخابى) .
  - تطابق التركيبة الحزبية بالبيئة الانتخابية بالنسبة لحالتى الدراسة (حزب يمثل الاغلبية، ومجموعة أحزاب الأقلية) .
  - نمطية أساليب ووسائل الدعاية المستخدمة فى حالتى الدراسة وعدم ميل البيئة الانتخابية إلى استخدام أساليب دعائية مبتكرة أو مستحدثة .
  - تعتمد البيئة الانتخابية المصرية - بصفة أساسية - على وسائل الاتصالات الشخصية بالنسبة للانتخابات البرلمانية .
  - وبناءً على ذلك يتناول هذا المبحث أساليب الاتصال الانتخابية بنوعيتها : الأساليب المشروعة والأساليب غير المشروعة .



كما يتناول وسائل الاتصال بنوعها : الشخصية، والعامه أو الجماهيرية .

### **أولاً: أساليب الاتصال الانتخابية**

تتسم الانتخابات البرلمانية المصرية بالعديد من أساليب الاتصالات الانتخابية بنوعها المشروعة وغير المشروعة، إلا أن أساليب الاتصال غير المشروعة أو غير الأخلاقية هي الأساليب السائدة في البيئة الانتخابية .

وفيما يلي عرض لأهم أساليب الاتصالات الانتخابية من خلال الممارسة السياسية للانتخابات البرلمانية (١٩٨٧ - ١٩٩٠) :

#### **أساليب الاتصال غير المشروعة (غير الأخلاقية)**

مارست جميع أطراف التنافس الانتخابي (الأفراد - الأحزاب) العديد من أساليب الاتصالات غير المشروعة، وفيما يلي عرض لتلك الأساليب من واقع الممارسات التطبيقية :

##### **(١) أسلوب الشائعات الانتخابية : <sup>(١)</sup>**

كان أسلوب الشائعات هو الأسلوب السائد في الانتخابات البرلمانية وقد استخدم هذا الأسلوب في «الزمن الحرج» للانتخابات (الساعات الأخيرة قبل إجراء الانتخاب) بما يمكن أن يسمى «بحرب الشائعات الانتخابية» .

ويمكن تصنيفها فيما يلي :

##### **(١) أسلوب حجب المرشح عن دائرة المنافسة الانتخابية في اللحظات**

**الأخيرة:**

ويتمثل هذا الأسلوب في الاشاعات التالية :

- وفاة المرشح المنافس .
- تنازل المرشح المنافس .

---

(١) جوردون أولبورت، سيكولوجية الاشاعة، ترجمة : صلاح مخيمر، وعده ميخائيل رزق، القاهرة : الانجلو، ١٩٦٨ .

- إلقاء القبض على المرشح المنافس لارتكابه جرائم انتخابية .

ويعتمد هذا الأسلوب على إذاعة خبر كاذب عن وفاة أو تنازل المرشح أو إلقاء القبض عليه بغية إحداث بلبلة بين مؤيديه وأنصاره في الوقت الحرج من الحملة الانتخابية، في الساعات الأخيرة السابقة على إجراء الانتخاب وذلك لعدم إتاحة الفرصة للمرشح أو لأنصاره لتكذيب تلك الشائعة، ويتم بث ونشر تلك الشائعة في التجمعات السكانية وفي وقت واحد وفي الأماكن التي لا يتواجد بها المرشح المقصود بالشائعة مما يضطر الناخب - هنا - إلى تعديل اتجاهه الانتخابي من المرشح المعلن وفاته أو تنازله عن الترشيح إلى مرشح آخر حتى لا يفقد صوته الانتخابي فيما لو أعطاه لمرشح متوفى أو متنازل عن الترشيح .

وقد كان لتلك الشائعات أثر ملموس في نتائج الانتخابات البرلمانية إذ صرح بعض المرشحين الذين لم يفوزوا بالانتخاب أنهم قد علموا بتلك الشائعات - عن أنفسهم - بعد إجراء الانتخاب حيث لم يتمكنوا من مواجهتها وتكذيبها في الوقت المناسب . ولم يكن أمام البعض الآخر الذي اكتشف بداية سريان تلك الشائعات إلا سبيل واحد لمواجهة تلك الشائعة وهو عمل زيارات ميدانية خاطفة لعدد كبير من المناطق والتجمعات الانتخابية لكي يراه الناخبون بأنفسهم إذ ليست هناك وسائل أخرى بديلة عن هذا الأسلوب لمواجهة ذلك لنوع من شائعات حجب المرشح عن دائرة المنافسة الانتخابية في اللحظات الأخيرة .

ويمكن تحليل تلك النوعية من الشائعات فيما يلي :

الأسلوب المستخدم : بث خبر كاذب

سرعة الشائعة : إشاعة خاطفة

هدف الشائعة : إقصاء المرشح عن حلبة المنافسة الانتخابية

قوة الشائعة : من الشائعات الحاسمة

كيفية التغلب عليها : تتطلب مواجهتها سرعة الظهور الشخصى للمرشح الذى تناولته الشائعة فى غالبية المناطق والتجمعات الانتخابية فى اليوم السابق على الانتخابات وفى يوم الانتخاب، ولكن يصعب مواجهة تلك الشائعة فيما لو طبقت فى الساعات القليلة قبيل إجراء الانتخاب ، إذ غالبا ما يفاجأ بها المرشح المقصود بعد فوات آوان مواجهتها .

وفى أحيان أخرى تطلق تلك الشائعات فى وقت مبكر على إجراء الانتخاب ويقوم المتساهدفون بتلك الشائعة بإصدار إعلان صريح يفيد عدم تنازلهم عن الترشيح، وفى هذا المجال رصدت الدراسة عدة إعلانات - مدفوعة الأجر - منشورة بجريدتى الأهرام والأخبار يعلن فيها المرشحون عن عدم صحة شائعة تنازلهم عن الترشيح .

#### **(ب) أسلوب النيل من سمعة ونزاهة المرشح المنافس:**

وهو أيضا من الأساليب الشائعة الاستخدام فى الانتخابات البرلمانية ويمكن تحليل هذا الأسلوب من أساليب الشائعات فيما يلى :

مصدر الشائعة : فى غالب الأحيان يكون المصدر مجهولا، وفى بعض الأحيان يوجه أحد المرشحين إتهامات صريحة إلى المرشح أو المرشحين المنافسين تمس من سمعتهم ونزاهتهم .

الهدف من الشائعة : إفقاد المرشح لعنصر الثقة والاعتبار .

أسلوب تنفيذ الشائعة : التكرار

سرعة الشائعة : هى من الشائعات الحابية أى التى تستغرق وقتا أطول فى إنتشارها .

قوة الشائعة : تتوقف قوة الشائعة على :

- مدى سمعة المرشح المستهدف من الشائعة

- الحبكة فى صياغة مشتملات الشائعة

كيفية مواجهتها : تنفيذ عناصرها بالنسبة للشائعة مجهولة المصدر ومواجهة مصدرها بالحقائق والبيانات، واتخاذ الاجراءات القانونية قبله .

#### **(ج) اسلوب الوقیعة بین اطراف العملية الانتخابية :**

وقد استخدم هذا الأسلوب إبان إنتخابات الفصل التشريعی الخامس (١٩٨٧م) وفيما يلي مثالان من أمثلة أسلوب الوقیعة :

المثال الأول : شائعة قيام حكومة الحزب الوطنی بإلغاء حج القرعة وقصره على الحج السياحي فقط :

ويمكن تحلیل عناصر تلك الشائعة فيما يلي :

دعائم ومبررات الشائعة : ما رددته وسائل الاعلام فى ذلك الوقت عن سوء الحالة الاقتصادية بمصر وصعوبة تدبير العملة الصعبة .

الموجه ضده الشائعة : حكومة الحزب الوطنی .

مصدر الشائعة : غير معلوم

الهدف من الشائعة : تحويل إتجاهات العديد من المواطنين نحو تأييد أحزاب المعارضة فى الانتخابات بديلا عن الحزب الوطنی خاصة بين الطبقات الفقيرة .

زمن الشائعة : أطلقت الشائعة بمناسبة إقتراب شهر رمضان، ويمكن إعتبارها من الشائعات «الموسمية» .

النطاق الجغرافى لانتشارها : انتشرت الشائعة فى الدوائر الريفية ولم تنتشر فى الدوائر الحضرية .

كيفية مواجهة الحزب الوطنی لتلك الشائعة :

نجحت حكومة الحزب الوطنی فى مواجهة تلك الشائعة عن طريق إتباع الأساليب التالية :

- الإعلان المبكر عن البدء فى إجراءات حج القرعة : إذ أعلنت الادارة العامة للشئون الادارية بوزارة الداخلية عن بدء الاستعداد لتنظيم حج القرعة وفق الشروط والقواعد المتبعة فى هذا الشأن وقد كان هذا الإعلان يتم بعد إنقضاء شهر رمضان فى السنوات السابقة إلا أنه تم الإعلان عنه هذا العام قبل شهر رمضان وفور اندلاع الشائعة - تكذيب تلك الشائعة فى الصحف القومية الثلاث .

- إعلان رئيس الجمهورية - فى أحد أحاديثه العامة - عن كذب تلك الشائعة، وذلك بعدما تبين عدم كفاية الأسلوبين سالفى الذكر فى مواجهتها .

المثال الثانى : شائعة إلغاء المنطقة الحرة ببورسعيد :

أطلقت تلك الشائعة فى انتخابات عام ١٩٨٧

الموجه ضده الشائعة : حكومة الحزب الوطنى

مصدر الشائعة : غير معلوم

الهدف من الشائعة : حصول أحزاب المعارضة على نسبة كبيرة من أصوات محافظة بورسعيد على حساب الحزب الوطنى

زمن الشائعة : تعد من الشائعات القافزة إذ انتشرت بسرعة كبيرة فى مدينة بورسعيد فور إطلاقها

نطاقها الجغرافى : مدينة بورسعيد

دعائم الشائعة : تمثلت مبررات إنتشار تلك الشائعة وتصديقها فيما يلى :

- سابقة تقديم هذا الاقتراح من بعض المسئولين

- ما ذكرته بعض الصحف من أن المنطقة الحرة ببورسعيد هى أحد الأسباب المؤدية إلى إرتفاع عملة «الدولار» فى مصر وهى أيضا أحد المدخلات الرئيسية للمشكلات الاقتصادية المصرية

مصادقية الشائعة : لاقت تلك الشائعة مصداقية كبيرة في محافظة

بورسعيد

كيفية مواجهة حكومة الحزب الوطنى لتلك الشائعة :

بدلت حكومة الحزب الوطنى جهودا كبيرة فى مواجهة تلك الشائعة التى انتشرت بمصادقية كبيرة فى مدينة بورسعيد ومن بين أساليب المواجهة :

- نفى وسائل الاعلام المختلفة (المقروءة والمرئية) لتلك الشائعة

- قيام بعض المسئولين بتكذيبها عبر وسائل الاعلام

- ولما تبين عدم كفاية تلك الوسائل فى مواجهة تلك الشائعة ألقى رئيس الجمهورية تصريحاً نفى فيه تلك الشائعة

الآثار المترتبة على تلك الشائعة :

بلغت تلك الشائعة من القوة والمصادقية درجة كبيرة لم تفلح معها طرق مواجهتها المذكورة مما ترتب عليه فقدان الحزب الوطنى لبعض المقاعد البرلمانية ببورسعيد. اذ حصل الحزب الوطنى على ثلاثة مقاعد والوفد مقعدين وحصل أحد المستقلين على المقعد السادس .

كما استخدم أسلوب الوقعة بين أطراف العملية الانتخابية فى انتخابات ١٩٩٠- أيضا- فى دائرة فارسكور حيث استغل مؤيدو المرشح «ضياء الدين داود» تصارف مرور قوة من الشرطة لتفقد حالة الأمن فأشاعوا بين أنصاره أن حكومة الحزب الوطنى قررت مصادرة صناديق الانتخاب بفارسكور لإسقاطه فى الانتخابات لصالح مرشح الحزب الوطنى وأن تلك القوات قد حضرت خصيصا لمصادرة صناديق الانتخاب فبدأت جموع المواطنين فى مهاجمة قوة الشرطة وإلقاء الحجارة على سيارات الشرطة مما اضطرت معه قيادة القوة إلى القبض على بعض المتجمهرين فتوالت الأحداث بين كلا الطرفين وإنتهت بمعركة كبيرة نتج عنها إصابة عدد كبير من المواطنين ومن أفراد الشرطة

بإصابات خطيرة اكتظت بهم مستشفيات فارسكور ودمياط والزرقا .

## **(٢) أسلوب داقة الأسافين :**

ويعتمد هذا الأسلوب الانتخابى على إستخدام وقائع أو بيانات أو أحداث صحيحة للوقية بين المنافسين : (بين المرشح والحزب الذى ينتمى إليه - أو بين الحزب المنافس والمواطنين - أو بين القيادات الحزبية وأعضاء الحزب) . ويختلف هذا الأسلوب - الشائع الاستخدام - فى إدارة الصراع الانتخابى عن أحد أشكال الشائعات (أسلوب الوقية السالف ذكره) فى مدى صدق الواقعة أو الحادثة المستخدمة فى الأسلوب الانتخابى ففى أسلوب الشائعات تكون الواقعة غير صحيحة برمتها أو غير صحيحة فى أحد جوانبها أما بالنسبة لأسلوب داقة الأسافين فإن الواقعة أو الحادثة المستخدمة تكون دائما صادقة ولكن الأسلوب غير الأخلاقى فى إستخدام واقعة صحيحة لإحداث فرقة فى الجبهة الانتخابية المنافسة من شأنه أن يكون أسلوبا من الأساليب غير الاخلاقية .

## **تطبيقات أسلوب داقة الأسافين :**

فيما يلى بعض الأمثلة لما رصدته الدراسة عن إستخدام أسلوب داقة الأسافين فى إدارة الصراع الانتخابى :

أ ) قيام حزب الوفد بالوقية بين المستبعدين من قوائم الحزب الوطنى، وقيادات الحزب فى انتخابات ١٩٨٧ على أساس أنهم أكثر شعبية وأفضل سياسيا من المدرجين بالقوائم وأن المجاملات السياسية تمثل الاعتبار الأول لدى قيادة الحزب الوطنى فى الترشيح على القوائم، كذلك قيام قيادات الحزب الوطنى بوضع مرشحين «لايستحقون» بصدر القوائم على حساب المرشحين الأكفاء الذين تذيلوا القوائم باعتبار أنهم بمثابة كبش فداء لنظام القوائم النسبية، وأن المستبعدين من القوائم يشكلون جبهة معارضة قوية داخل الحزب الوطنى .

وشارك فى ممارسة هذا الأسلوب حزبا العمل والتجمع .

### الآثار الانتخابية التي ترتبت على هذا الأسلوب :

حقق هذا الأسلوب أهدافه الانتخابية في بعض الدوائر وذلك على الوجه

التالى :

- وقوع إنقسامات إنتخابية داخل صفوف الحزب الوطنى بين المستبعدين من القوائم وقيادات الحزب، وكذلك بين متصدرى ومتذيلى القوائم الانتخابية من ناحية أخرى مما ترتب عليه خروج عدد كبير منهم عن الالتزام الحزبى والتقدم للترشيح للمقعد الفردى ضد مرشحى الحزب الوطنى .

- مساندة البعض الآخر - من أعضاء الحزب الوطنى - لمرشحى قوائم أحزاب المعارضة لإخراج مرشحى قوائم الحزب الوطنى ولكى يبرهنوا لقيادات الحزب الوطنى أنهم كانوا الأجدر بالترشيح على القوائم بدلا منهم .

ب) قيام أحزاب المعارضة - مجتمعة - بالوقية بين الحزب الوطنى من ناحية وبين المرأة وطائفة الأقباط من ناحية أخرى وذلك لاستغلال ترشيح الحزب الوطنى لأربعة من النساء فقط من بين ٤٤٤ مرشحا وعدم ترشيح أى من أعضاء الحزب من الأقباط فى أى دائرة من الدوائر .

وقد ساعد فى تعزيز هذا الأسلوب بعض كتاب الصحف القومية الذين انتقدوا خلو ترشيحات الحزب الوطنى من المرشحين الأقباط واقتصرها على أربعة فقط من النساء .

### الآثار التى ترتبت على ممارسة هذا الأسلوب :

- لم يحقق هذا الأسلوب هدفه المنشود فى الوقية بين الأقباط والحزب الوطنى حيث درج العرف البرلمانى على تمثيل الأقباط بنسبة كبيرة فى العشرة المعينين بمعرفة رئيس الجمهورية .

- حقق هذا الأسلوب نجاحا جزئيا فى بعض الدوائر بالنسبة «للمرأة» إذ تقدمت عشر نساء للترشيح من عضوات الحزب الوطنى (من بينهن ست خرجن



عن الالتزام الحزبي) وتمكن ثلاث منهن من تحقيق الفوز على المرشحين من الرجال سواء من الحزب الوطني أو أحزاب المعارضة أو المستقلين، ولم يتخذ الحزب الوطني لإزائهن أى عقوبات حزبية وأعلن - بعد فوزهن - أنهن يمثلن الحزب الوطني .

ج) عند قيام التحالف الانتخابي - في انتخابات ١٩٨٧ - بين حزبي العمل والأحرار من ناحية وجماعات الإخوان المسلمين من ناحية أخرى قام الحزب الوطني بممارسة أسلوب «داقة الاسافين» للوقية بين رئيس حزب العمل وأعضاء جماعات الإخوان المسلمين والتيارات الإسلامية، إذ قام الحزب الوطني بطبع وتوزيع مليون منشور إنتخابي على المواطنين يتضمن آراء «إبراهيم شكرى» رئيس حزب العمل - السابقة - عن «حسن البناء» المرشد العام السابق للإخوان المسلمين والتي تتعلق بمسلكه العام والانتقادات العنيفة التي سبق توجيهها له وجماعة الإخوان المسلمين .

ولم يكن لهذا الأسلوب آثاره الانتخابية الملموسة إذ إن التحالف أعلن واستند أغراضه الانتخابية، فضلا عن أنه كان معلوم للكافة أن هذا التحالف أحد أساليب إدارة الصراع الانتخابية رغم التباعد السياسي الشاسع بين برامج وأهداف كل من حزب العمل وجماعات الإخوان المسلمين إذ كانت أهدافه إنتخابية في المقام الأول تتمثل في اتخاذ الإخوان لحزب العمل وسيلة عبور إلى مجلس الشعب، ورغبة حزب العمل في تخطي حاجز الـ ٨٪ «الحد الأدنى للتمثيل الحزبي» بواسطة مرشحي الإخوان .

د) قيام الحزب الوطني بالتركيز على الخلافات السياسية بين جناحي حزب الوفد (الوفد القديم - الوفد الجديد) من حيث أن رموز الوفد القديم تحتكر قيادة الحزب وتسييس أموره السياسية والبرلمانية دون مشاركة من أعضاء جناح الوفد الجديد وبناءً على ذلك فإن شباب الحزب ليس لهم مستقبل سياسى بالحزب في ظل هذا التسلط والاحتكار من جانب رموز الوفد القديم .

### (٣) أسلوب النيل من القيادات الحزبية:

وقد تم تطبيق هذا الأسلوب فى الحالات التالية :

( أ ) الانتقادات العنيفة والجارحة من جانب حزب الوفد لرئيس مجلس الشعب (د. رفعت المحجوب) وكانت جريدة الوفد هى الوسيلة التى أستخدمت فى تنفيذ هذا الأسلوب الانتخابى باستخدام أساليب (التهويل - المبالغة - التكرار) - وذلك بقصد التشهير به والاساءة إليه .

(ب) الانتقادات التى وجهها الحزب الوطنى إلى رئيس حزب العمل - من خلال الصحف القومية - بمناسبة قيام التحالف الانتخابى وانتهاج أسلوب المساس بكفاءته وجدارته لقيادة حزب سياسى والتركيز على فكرة تقديم - الحزب كمعبر سياسى لجماعات الإخوان للوثوب إلى مجلس الشعب على حساب أعضاء الحزب الأصليين وسيطرة قيادات الإخوان على مقاليد الأمور بالحزب ، وأنه أصبح رئيسا شرفيا للحزب لا يملك سلطات رئيس الحزب .

### (٤) أسلوب القسم وأخذ العهد:

ومؤداه قيام المرشح بأخذ عهد موثق بالقسم «بالمصحف الشريف» من قادة الرأى بالدائرة على قيام أتباعهم بالادلاء بأصواتهم لصالح المرشح . وغالبا ما يكون قادة الرأى فى هذه الحالة من بين (رؤساء القبائل - شيوخ العائلات - رؤساء النقابات العمالية الفرعية - أصحاب المصانع - الخ) ويشاع استخدام هذا الأسلوب فى الدوائر الصحراوية والريفية سيما فى صعيد مصر .

### (٥) تمزيق وتشويه اللافتات والملصقات الانتخابية:

يعد هذا الأسلوب من الأساليب الشائع استخدامها - حديثا - فى الانتخابات البرلمانية إذ كانت تقاليد الانتخابات البرلمانية تحول دون استخدام هذا الأسلوب ونادرا ما كان يتبع فى انتخابات الفصول التشريعية السابقة على حالتى الدراسة ، ولكن مع تزايد حدة المنافسات الانتخابية فى ظل العودة إلى

نظام التعددية الحزبية فإن الممارسات الانتخابية تتضمن هذا الأسلوب بشكل يكاد يكون شائعا، وقد وصل إلى مداه إبان انتخابات الفصل التشريعى الخامس - ١٩٨٧ نظرا لاشتداد حدة المنافسة الحزبية إلا أنه لم يصل الى هذا المستوى من الانتشار فى ظل انتخابات الفصل التشريعى السادس - ١٩٩٠ نظرا لاعتدال حدة المنافسات الانتخابية فى غالبية الدوائر بسبب مقاطعة بعض أحزاب المعارضة لتلك الانتخابات واقتصارها على (الحزب الوطنى وحزب التجمع والأحزاب الأخرى الهامشية : الأمة - مصر الفتاة - الخضر - الاتحادى الديمقراطى) .

#### **٦) التشويش على الاجتماعات الانتخابية:**

يستشرى هذا الأسلوب مؤخرا فى دوائر المدن وفى دوائر العاصمة، خاصة فى المرحلة الأخيرة من فترة الانتخابات إذ ازدحمت الميادين العامة بالسراقات الانتخابية، وقيام أنصار المرشحين بتوجيه مكبرات الصوت العالية إلى سراقات الخصوم الانتخابية وإذاعة الأغاني والأناشيد الانتخابية، كذلك استخدام السيارات المزودة بمكبرات الصوت وإطلاق الأناشيد والأغاني الانتخابية بالقرب من السراقات الانتخابية للخصوم. وغالبا ما أدى هذا الأسلوب إلى نشوب حوادث العنف بين المرشحين .

#### **٧) أسلوب شراء الأصوات:**

عرفت الانتخابات البرلمانية المصرية هذا الأسلوب الانتخابى فى فترة الثلاثينيات والأربعينيات بسبب انتشار البطالة والفقر بين عدد كبير من الناخبين خاصة فى الدوائر الريفية حيث كان يساق المزارعون والعمال الزراعيون إلى مقار لجان الانتخابات ويقوم مندوب المرشح بتسليم كل ناخب نصف ورقة مالية من فئة الجنيه قبل الدخول إلى لجنة الانتخاب ثم يعطيه النصف الثانى بعد الإدلاء بصوته لصالح المرشح الذى يمثله. ثم اختفى هذا الأسلوب الانتخابى فى فترة الستينيات والسبعينيات بسبب الظروف السياسية والاقتصادية السائدة فى

ذلك الوقت ومن أهمها تطبيق نظام الحزب الواحد فى فترة الستينيات وازدهار الحالة الاقتصادية فى فترة السبعينيات. ولكن عاود هذا الأسلوب الظهور على مسرح الانتخابات البرلمانية على إستحياء فى بداية فترة الثمانينيات ثم بدأ يتداول استخدامه فى انتخابات الفصلين التشريعيين الخامس والسادس (١٩٨٧ - ١٩٩٠) وذلك بسبب إنتشار البطالة والفقر بين غالبية الناخبين سيما فى الدوائر الريفية من ناحية ، ومن ناحية أخرى لهيمنة أصحاب الأعمال والمصانع الكبرى على العاملين بها وتزايد النفوذ السياسى لطبقة رجال المال والأعمال فى مصر .

### **أساليب الاتصال الانتخابية المشروعة،**

تحتل أساليب الاتصال غير المشروعة أو غير الأخلاقية مساحة كبيرة فى ميدان الممارسات الانتخابية لما لها من تأثير قوى وفعال على الهيئة الناخبة إذ كثيرا ما يمتد تأثيرها الانتخابى إلى خارج الدائرة التى يطبق فيها هذا الأسلوب، فضلا عن أنها هى النمط الأيسر بالنسبة لبعض المرشحين الذين يفتقدون إلى عناصر النجاح الحقيقية بعكس أساليب الاتصال الشرعية والأخلاقية التى تحتاج إلى قدر كبير من الابتكار والتحديث الاتصالى، كما تحتاج إلى خبرة برلمانية وخبرات انتخابية وكفاءات سياسية معينة .

وفيما يلى عرض لأمثلة من أشهر وأحدث أساليب الاتصال المشروعة والمبتكرة فى مجال الاتصالات الانتخابية . .

#### **(١) أسلوب الحصار الضاغط:**

وهو أسلوب يعتمد على تسريب خبر معين أو الإيحاء بالإقدام على تصرف ما من جانب أحد الأطراف لإحداث بلبلة لدى الطرف الآخر وإجباره على إتخاذ القرار الذى ينشده الطرف الضاغط .

وقد تم تطبيق هذا الأسلوب من جانب أحزاب المعارضة فى مواجهة الحزب الوطنى فى انتخابات ١٩٨٧ .

إذ طلبت المعارضة من القيادة السياسية إفساح مجال التمثيل البرلماني أمام أحزاب المعارضة عن طريق تخفيض شرط الحد الأدنى للتمثيل الحزبي من ٨٪ إلى نسبة أقل كي تتمكن أحزاب المعارضة من ممارسة دورها السياسي من خلال التمثيل البرلماني، وإزاء رفض القيادة السياسية الاستجابة لهذا المطلب، عمدت أحزاب المعارضة إلى ممارسة أسلوب الحصار الضاغط على النحو التالي . .

دوافع ممارسة هذا الأسلوب : عدم ضمان أحزاب المعارضة تخطي حاجز الـ ٨٪ والتمثيل البرلماني بمجلس الشعب .

### **موضوع أسلوب الحصار الضاغط:**

نشرت صحف المعارضة أخباراً متعددة عن إضطرار أحزاب المعارضة إلى خوض الانتخابات البرلمانية بقائمة إئتلافية مشتركة وبدأت تشير إلى أن أحزاب المعارضة بدأت في عقد الاجتماعات الحزبية للتنسيق فيما بينها بشأن خوض الانتخابات على قوائم موحدة تضم جميع أحزاب المعارضة في مواجهة القوائم الانتخابية للحزب الوطني . وكانت تركز بشكل لافت للنظر على أنها مضطرة إلى ممارسة هذا المسلك الانتخابي بسبب إرتفاع الحد الأدنى للتمثيل الحزبي (٨٪) وأنه في حالة خفض هذا الحد الأدنى فإنها سوف تغض النظر عن هذا الائتلاف الحزبي .

الهدف من هذا الأسلوب : إجبار القيادة السياسية على إصدار قرار بتخفيض الحد الأدنى للتمثيل الحزبي بالبرلمان .

### **الآثار المترتبة على ممارسة أسلوب الحصار الضاغط :**

لم تستجب القيادة السياسية لهذا الأسلوب من الحصار الضاغط وترتب على عدم الاستجابة أن أحزاب المعارضة وجدت نفسها أمام أحد خيارين :

أن تتراجع عما أعلنته بخصوص قيام الائتلاف الانتخابي أو أن تخوض الانتخابات بقائمة إئتلافية فيما بينها وعندما شرعت في ذلك واجهتها مشكلة «مسمى الحزب الذي ستخوض أحزاب المعارضة الانتخابات تحت لوائه» وتباينت

الاتجاهات فى هذا الصدد، إذ رفض حزب التجمع أن تكون القوائم الائتلافية باسم حزب الوفد كما أنه لم يكن واردا فى فكر قيادات حزب الوفد أن يكون الائتلاف تحت مسمى حزب التجمع فاقترح حزب العمل أن يكون الائتلاف باسم الحزب للتوفيق بين حزبى الوفد والتجمع إلا أن هذا الاقتراح قوبل بالرفض القاطع من حزبى الوفد والتجمع معاً، ولم يكن لحزب الأحرار مطمع فى ذلك فقد اقتصر دوره على مجرد المشاركة فى القوائم الائتلافية ولم يكن لديه مانع من أن يكون هذا الائتلاف تحت مسمى أى من الأحزاب الأخرى .

## **(٢) أسلوب المبالغة والتهويل:**

وأبرز مثال لتطبيق هذا الأسلوب كان من نصيب حزب التجمع بشأن موضوع تلوث الألبان والأغذية الفاسدة إذ اتخذت منها صحيفة الأهالى مادة دعائية أضفت عليها الكثير من المبالغات والتهويل بقصد تضخيمها وإسناد مسئولية تلوث بعض كميات من الألبان المستوردة وفساد بعض الأغذية إلى حكومة الحزب الوطنى (عام ١٩٨٧) .

## **(٣) أسلوب العزف على الأوتار الحساسة:**

طبقت هذا الأسلوب أحزاب المعارضة - مجتمعة - فى مواجهة الحزب الوطنى وذلك من خلال صحف الأحزاب : (الوفد - الشعب - الأهالى ) وبدأت فى نشر تحقيقات صحفية مطولة ومتتالية طوال فترة الانتخابات عن المشاكل الاقتصادية للمواطن المصرى ومدى المعاناة الاقتصادية التى يشكو منها خاصة بالنسبة لموضوعات : (أزمة الإسكان - البطالة - إرتفاع الأسعار) ومحاولة وضع حلول إقتصادية - نظرية - تعطى إنطباعاً وردياً لدى رجل الشارع وفى ذات الوقت تحرضه على تحويل إتجاهاته السياسية من الحزب الوطنى إلى أحزاب المعارضة كى تتمكن من القضاء على تلك المشكلة، وكان من أبرز الشعارات المتداولة فى ذلك الوقت شعار «الإسلام هو الحل» .

#### ٤) أسلوب الربط بين الحزب ورئيس الحزب:

ويمكن القول إن هذا الأسلوب ينطبق على ثلاثة أحزاب سياسية فقط هي : (الوطني - التجمع - الوفد) وذلك عن الوجه التالي :

##### **الحزب الوطني:**

لهذا الأسلوب وجهان متقابلان بالنسبة للحزب الوطني، الأول يعبر عن وجهة نظر الحزب، والثاني يعبر عن وجهة نظر أحزاب المعارضة، ويتفق كلا الطرفين على أن رئاسة «حسنى مبارك» للحزب الوطني تمثل الدعامة السياسية الأساسية في حصول الحزب على أغلبية برلمانية ولكن تختلف وجهتا النظر في إستمرارية تلك الرئاسة، فأعضاء الحزب الوطني يتمسكون باستمرار رئاسة «حسنى مبارك» للحزب الوطني بجانب رئاسة الجمهورية في حين تطالب أحزاب المعارضة بتخليه عن رئاسة الحزب الوطني باعتبار أن رئيس الجمهورية هو الرئيس الأعلى لكافة المؤسسات الدستورية والسياسية والإدارية بالدولة وأن تخلى الرئيس عن رئاسة الحزب الوطني يتيح للمعارضة نسبة تمثيل برلمانى أكبر، ويؤكد هذا المعنى - من وجهيه - ما نشرته جريدة الاهرام فى مقالها الافتتاحى إبان فترة الانتخابات :<sup>(٢)</sup>

«لابد من الاعتراف وبدون مجاملة بأن أنجح الحملات الانتخابية هى التى قادها الرئيس مبارك بشخصه من خلال جولاته فى طول البلاد وعرضها والتحامه بال جماهير بلا حواجز فى كل مكان خاصة فى المناطق الساخنة التى حذر البعض من الذهاب إليها خلال الانتخابات».

##### **حزب التجمع:**

يعد حزب التجمع هو الحزب الثانى - بعد الحزب الوطنى - الذى ينطبق بشأنه هذا الأسلوب الانتخابى ذلك أن رئيس الحزب «خالد محيى الدين» هو الشخصية الوحيدة القادرة على قيادة تلك الفصائل المتعددة والمختلفة والمتباينة من التيارات اليسارية فى مصر.

### حزب الوفد:

يأتى حزب الوفد فى المرتبة الثالثة من حيث الأهمية التطبيقية لأسلوب الربط بين الحزب ورئاسته «فؤاد سراج الدين» لما يتمتع به من حنكة وخبرة سياسية كبيرة مكنته من بعث حزب الوفد من جديد، والملاءمة السياسية بين جناحيه القديم والجديد.

ويمكن القول إن هذا الأسلوب ليس له أهمية تأثيرية بالنسبة لمجريات الانتخابات البرلمانية بالنسبة لباقي الأحزاب السياسية.

### ٥) أسلوب الهدايا الانتخابية:

وهو أسلوب شائع الاستخدام فى كافة الدوائر الانتخابية، وفيما يلى أمثلة لبعض تطبيقات هذا الأسلوب من واقع الـصد اليومى لأحوال الانتخابات البرلمانية :

- توزيع وجبات غذائية على الناخبين باللجان وقد تم إستخدام هذا الأسلوب فى غالبية دوائر المحافظات الصحراوية، واستخدم هذا الأسلوب مرشحو الحزب الوطنى أثناء الجولة الثانية من الانتخابات (إنتخابات الإعادة) فى بعض محافظات الصعيد.

- قيام مرشح وفدى بإحدى دوائر القاهرة بتوزيع قداحات السجائر والكبريت وقواعد أكواب الشاي (مطبوع اسمه عليها ) على الناخبين بكافة اللجان .

- توزيع قبعات من القماش والورق على مشاهدى مباريات كرة القدم فى بورسعيد (بمعرفة مرشحي الحزب الوطنى والمستقلين).

- قيام مرشح من المستقلين بإحدى دوائر الدقهلية بتوزيع أجولة من الأرز

(١) حديث انتخابى لرئيس حزب مصر الفتاة (على الدين صالح) فى مجلة أكتوبر العدد ٧٣٣ فى

١٩٩٠ / ١١ / ١١.



والقمح على الناخبين فى الجولة الثانية من الانتخابات (انتخابات إعادة) -  
١٩٩٠ م.

- قيام مرشحو الجماعات الإسلامية بتوزيع قبعات من الورق بكافة  
الدوائر الانتخابية (باللون الأزرق).

#### **٦) أسلوب الإنجازات البرلمانية:**

وذلك عن طريق طبع كتاب أو كتيب عن إنجازات المرشح البرلمانية إبان  
عضويته السابقة متضمنا الخدمات العامة التى أداها للدائرة الانتخابية وقد مارس  
هذا الأسلوب فى انتخابات ١٩٨٧ مرشح من حزب الوفد ومرشح من الحزب  
الوطنى (بالقاهرة) ومرشح من الحزب الوطنى (بالأسكندرية).

ويعد هذا الأسلوب من الأساليب الدعائية المستحدثة والموضوعية إذ أن  
هذا الكتيب يعتبر كشف حساب سياسيا يقدمه المرشح (العضو البرلمانى)  
للناخبين بعد نهاية الفصل التشريعى وبمناسبة ترشيحه للفصل التالى يطلع فيه  
الناخبين على ما قدمه من إنجازات برلمانية على المستوى القومى أو من خدمات  
عامة على المستوى المحلى، وعلى ضوء إقتناع الناخب بتلك الإنجازات يتقرر  
مصير المرشح بشأن إعادة كسب ثقة المرشحين.

#### **٧) استخدام المباريات الرياضية فى الدعاية الانتخابية:**

قام بعض المرشحين باستغلال تلك المباريات فى الدعاية الانتخابية باعتبار  
أن مباريات كرة القدم تستحوذ على إهتمامات أعداد كبيرة من أبناء الدائرة،  
ومن أمثلة ذلك :

- تكفل مرشح الحزب الوطنى بدائرة زفتى (بمحافظة الغربية) بإقامة  
مباراة فى كرة القدم بمدينة زفتى بين فريق النادى الاهلى وفريق نادى زفتى  
الرياضى مطعمما ببعض نجوم فريق الكويت لكرة القدم والذى تصادف وجوده  
بمصر فى ذلك الوقت، وقامت سيارات الدعاية التابعة للمرشح فى الاعلان عن

تلك المباراة - المرتقبة بالنسبة لمواطني زفتى - وكانت المباراة بمثابة مهرجان انتخابي قبل أن تكون مهرجانا رياضيا .

### **٨) استخدام المناسبات الدينية في الدعاية الانتخابية:**

جاءت إنتخابات الفصل التشريعي الخامس -١٩٨٧ قويل حلول شهر رمضان بفترة وجيزة، فلجأ العديد من المرشحين إلى استخدام تلك المناسبة الدينية في الدعاية الانتخابية، ومن أمثلة تلك الاستخدامات :

- طبع وتوزيع إمساكية شهر رمضان على الناخبين وتتضمن إعلانا إنتخابيا عن المرشح، وقد قام بعض مستخدمى هذا الأسلوب من المرشحين بطبع صورته الشخصية بها وقام البعض الثانى بطبع الرمز الانتخابي الخاص به كي يتعرف عليه من يجهلون القراءة والكتابة من الناخبين فى حين قام البعض الثالث بكتابة برنامجة الانتخابي بالامساكية .

- قام مرشحو الاخوان المسلمين بإعداد فوانيس إضاءة (فوانيس رمضان) على شكل نجمة (شعار التحالف فى انتخابات ١٩٨٧) وتوزيعها على الناخبين فى التجمعات الانتخابية وبالمقاهى العامة .

### **٩) أسلوب الزيارات الانتخابية:**

وتمثل هذا الأسلوب الدعائي فى صورتين :

الأولى : الزيارات الانتخابية الخاصة :

وهى التى يجريها المرشح لبعض الأفراد من قادة الرأى بالدائرة مثل :  
رئيس القبيلة - كبير العائلة - عمدة القرية - إمام المسجد - رئيس النقابة  
العمالية الفرعية بالدائرة . . الخ .

الثانية : الزيارات الانتخابية العامة:

وتشمل المرور على المتشفيات العامة وتوزيع الهدايا على المرضى وزيارة الجمعيات الخيرية والدينية وتقديم التبرعات المالية لها، وكذلك زيارة المنشآت

الحكومية العامة مثل دور الثقافة ومراكز الطفولة والأمومة والأندية الرياضية والاجتماعية .

#### **(١٠) استخدام المقاهى العامة كمقار انتخابية للمرشحين:**

يلجأ الغالبية من المرشحين (من لا يملكون مقار انتخابية) إلى إستئجار المقاهى العامة (وفق نظام الإيجار اليومي) لاتخاذها كمقار انتخابية وملتقى دائم للمرشح مع معاونيه ومساعديه وتتوقف قيمة إيجار المقهى على موقعه بالدائرة ومساحته ومدى سابقة استخدامه كمقر انتخابى من قبل، وهذا الأسلوب شائع الاستخدام فى المدن والقرى على حد سواء .

#### **(١١) استخدام شرائط التسجيل الانتخابية:**

يلجأ بعض المرشحين إلى تسجيل انجازاتهم السابقة للدائرة أو برامجهم ووعودهم الانتخابية على أشرطة تسجيل وتوزيعها على الناخبين بأمكان التجمعات الانتخابية مثل المقاهى العامة والأندية ومراكز الشباب وقصور الثقافة وغيرها من الأماكن العامة بالدائرة، وإضافة بعض الأغاني الشهيرة بتلك الأشرطة كعنصر جذب للاستماع إليها .

#### **(١٢) أسلوب البرامج الانتخابية:**

يعد أسلوب البرامج الانتخابية المقدمة من الأحزاب والأفراد للناخبين من أهم الأساليب الانتخابية فى كافة الدول الديمقراطية بل إنه يعد الأسلوب الحاسم فى الفوز بالانتخابات إذ أن أفضلية الانتخاب تكون وفقا للبرنامج الذى يقدمه المرشح أو الحزب للهيئة الناخبة ومدى تميز هذا البرنامج عن غيره من برامج المرشحين الآخرين (فى نظم الانتخابات الفردية) أو عن برامج الأحزاب المنافسة (فى ظل نظم الانتخابات بالقوائم)، إذ يفاضل الناخب بين برامج المرشحين والأحزاب من حيث مدى توافق هذا البرنامج مع طموحاته السياسية ومدى قدرته على معالجة المشاكل - العامة - التى يعانى منها سواء أكانت سياسية أو إقتصادية أو إجتماعية - إلخ .

ولكن بالنسبة للبيئة الانتخابية المصرية لا يعد هذا الأسلوب من الأساليب الانتخابية الموثرة لدى الهيئة الناجبة إذ إن المعايير الشخصية والاعتبارات الفردية من أهم المعايير الانتخابية فى مصر وليست المعايير الموضوعية أو الاعتبارات العامة، فالاتصالات الشخصية والاعتبارات الفردية والخدمات التى يؤديها المرشح لأبناء الدائرة هى عوامل النجاح الاساسية فى الانتخابات البرلمانية (على النحو السالف عرضه بالمبحث الأول)، وترتب على ذلك عدم إهتمام الأحزاب المصرية والأفراد بتقديم برامج إنتخابية سياسية للهيئة الناجبة، ويمكن القول إن حزب التجمع الوحىوى التقدمى هو الحزب الوحيد الذى تقدم للهيئة الانتخابية برنامج إنتخابى متكامل فى حين قدم الحزب الوطنى برنامجا عاما يمثل سياسة عامة، وقدمت جماعة الإخوان - من خلال حزب العمل - برنامجا إسلاميا أخلاقيا، ولم تقدم الأحزاب الأخرى أى برامج إنتخابية سواء فى إنتخابات ١٩٨٧ أو ١٩٩٠ م.

وفى ايلى عرض للبرامج الانتخابية الحزبية :

### • برنامج حزب التجمع التقدمى الوحىوى:

قام حزب التجمع - منفردا عن بقية الأحزاب - بإعداد وتوزيع كتيب عن برنامج الإنتخابى (مكون من ٤٠ صفحة) فى إنتخابات عام ١٩٨٧، يتصدر غلافه الرمز الانتخابى للحزب (الساعة) وشعاره الانتخابى (من أجل مصر وطنا للحرية والاشتراكية والوحدة)، ويحتوى البرنامج على مقدمة سياسية وسبعة موضوعات رئيسية هى :

أولا : النضال من أجل حل للأزمة الاقتصادية يضع العبء على الانفتاحيين .

ثانيا : الدفاع عن مستوى المعيشة للطبقات الشعبية :

وذلك من خلال : (مكافحة الغلاء المتصاعد- توفير المساكن الملائمة للطبقات الفقيرة والمتوسطة - توفير العلاج المجانى للشعب - توفير التعليم

المجاني لكل من هم في سن التعليم - رفع الأجور والمعاشات للعمال والمواطنين .

ثالثا : تنفيذ المطالب المشروعة لفئات الشعب : وهي :

(مطالب العمال والموظفين - حل مشاكل الفلاحين - الاستجابة إلى المطالب المشروعة للحرفيين وصغار التجار) - رعاية المرأة والطفولة والشباب .

رابعا : مواجهة الأخطار المحدقة بالوحدة الوطنية وتحقيق تنمية ثقافية وطنية ديمقراطية .

خامسا : الإعداد لبناء إقتصاد وطني مستقل بالاعتماد على الذات .

سادسا : مواجهة تسلط الحزب الحاكم ودفع التطور الديمقراطي إلى الأمام .

سابعا : تعزيز الاستقلال الوطني وتأكيد عروبة مصر وعدم إنحيازها دوليا .

ويمكن تحديد أهم المعالم والمرتكزات الأيدولوجية لبرنامج حزب التجمع فيما يلي :

- تبني الحزب للقضايا الاقتصادية وإعطاؤها الأهمية الأولى في برنامجه .

- الإهتمام بالطبقات العمالية في المجتمع وصغار الموظفين .

- يمثل البرنامج - في جوانبه السياسية والاقتصادية - الموروث التاريخي للاستراتيجية الناصرية .

- بالنسبة لبرنامج الاقتصادى : يمكن القول إنه برنامج يحتوى على مطالب وأهداف ومثل عليا إقتصادية ولا يتضمن تحديد السبل الاقتصادية العلمية لتحقيق تلك المطالب والأهداف .

- التوجه العربى وإحياء فكرة عدم الانحياز السياسى بين دول العالم الثالث .

- رفض سياسة التطبيع مع إسرائيل وإسقاط إتفاقيات كامب ديفيد .  
وفى انتخابات عام ١٩٩٠ أجرى حزب التجمع بعض التغييرات للبرنامج الصادر فى انتخابات ١٩٨٧ وهى :

- التركيز على دعم الديمقراطية وإعطاؤها الأولوية (إذ كانت الأولوية فى برنامج ١٩٨٧ للمشاكل الاقتصادية) .

- لم يتضمن البرنامج موضوعات الفساد السياسى أو الادارى (التي سبق تناولها بتركيز فى برنامج ١٩٨٧) .

- لم يوجه برنامج ١٩٩٠ الانتخابى أى إنتقادات للحزب الوطنى (بعكس الحال فى انتخابات ١٩٨٧) .

وبناءً على ذلك كانت موضوعات البرنامج الانتخابى لحزب التجمع عام ١٩٩٠ هى :

أولاً : إصلاح وتطوير النظام السياسى : ويتمثل فى :

إطلاق حرية تكوين الأحزاب السياسية - تحويل نظام الإدارة المحلية إلى أنظمة حكم بواسطة المجالس الشعبية - إلغاء قانون الطوارئ - إلغاء القوانين المقيدة للحريات .

ثانياً : بالنسبة للنظام الاقتصادى :

إعادة صياغة أولويات المشروعات الاستثمارية لتكون مقصورة على السلع والخدمات الأساسية - إصلاح القطاع العام - إصلاح هيكل الأجور - ربط الأجور بالأسعار - القضاء على ظاهرة التضخم - مواجهة البطالة .

ثالثاً : القضايا الاجتماعية والخدمات العامة :

النهوض بالتعليم - القضاء على مشكلة الإسكان - تطوير المواصلات  
دعم العلاج المجانى للمواطنين .

رابعاً : فى مجال السياسة الخارجية :

- تبنى سياسة عربية ودولية تكون فى خدمة مصالح مصر العليا فى إطار «الانتماء العربى» .

- النضال بكل قوة من أجل السلام ومنع نشوب الحرب فى منطقة الخليج وتجنب مشاركة مصر فى تلك الحرب .

- إدانة غزو العراق للكويت ورفض التدخل الأجنبى العسكرى فى تلك المشكلة .

- رفض التطبيع مع إسرائيل ومساندة القضية الفلسطينية فى سبيل حصول فلسطين على حقوقها كاملة وإقامة دولة فلسطين المستقلة .

وأسباب إختلاف البرنامج الانتخابى لحزب التجمع فى إنتخابات ١٩٩٠ عن إنتخابات ١٩٨٧ ترجع للأسباب التالية :

(١) إنهيار نظم الحكم الشيوعية فى دول أوروبا الشرقية وتبنيها لأنظمة ديمقراطية تعتمد على التعددية الحزبية .

(٢) مقاطعة أحزاب المعارضة خاصة الوفد للانتخابات البرلمانية (١٩٩٠) الأمر الذى أتاح لحزب التجمع فرصة أن يتبوأ زعامة المعارضة البرلمانية فى مجلس الشعب فانتهج الحزب سياسة المهادنة وعدم مهاجمة الحزب الوطنى (مثلما كان الأمر فى انتخابات ١٩٨٧) .

#### **برنامج الحزب الوطنى الديمقراطى :**

لم يقدم الحزب الوطنى الديمقراطى برنامجاً انتخابياً مكتوباً سواء فى انتخابات الفصل التشريعى الخامس عام ١٩٨٧ أو فى انتخابات الفصل السادس عام ١٩٩٠ . بل قدم «توجهات وإستراتيجية عامة» يمكن بلورتها فى النقاط التالية (١) أن الديمقراطية من ركائز الحزب السياسية وأن مصر تعيش فى أزهى عصور الديمقراطية والحرية .

- ٢) إستمرار الدعم لصالح محدودى الدخل .
- ٣) تطوير وتحديث القطاع العام .
- ٤) الاهتمام بالتنمية الزراعية .
- ٥) إعتبار أن الخطة الخمسية الأولى والثانية هي البرنامج الاقتصادى للحزب ومن أهم ركائزها :  
(زيادة التصدير - زيادة الأجور - زيادة الانتاج - الحفاظ على مجانية التعليم - التوسع فى بناء المساكن الاقتصادية .
- ٦) الحفاظ على علاقات متوازنة مع كافة الدول شرقها وغربها .

### **البرنامج الانتخابى لجماعات الاخوان المسلمين :**

رغم وجود تحالف انتخابى بين حزبى العمل والأحرار وجماعات الاخوان المسلمين إلا أن كل فريق منهم مارس دعايته الانتخابية منفردا واستخدم وسائل وأساليب دعائية خاصة به إذ كان كل أساليب الدعاية لجماعات الاخوان المسلمين معنونة بتلك الاشارة السياسية : (الصوت الاسلامى على قائمة حزب العمل) مما يعنى أن التحالف لم يكن تحالف برامج واحدة يشارك فيها أطراف التحالف ولكنه كان أسلوبا من أساليب إدارة الصراع الانتخابى ، فحزبا العمل والأحرار لم يكن لهما برنامج انتخابى متكامل بينما اعتبرت جماعات الاخوان المسلمين أن الوصايا العشر للإمام (حسن البنا) هي البرنامج المتكامل الذى يمكن تقديمه للهيئة الناجبة وهي معنونة بـ : «اقرأ - وتدبر - واعمل » وهي :

- ١- قُمْ إلى الصلاة متى سمعت النداء مهما تكن الظروف .
- ٢ - إتلى القرآن أو طالع أو استمع أو أذكر الله ولا تصرف جزءا من وقتك فى غير فائدة .
- ٣ - إجتهد أن تتكلم العربية الفصحى فإن ذلك من شعار الإسلام .



٤- لا تكثر الجدل فى أى شأن من الشؤون أيا كان فإن المراء لا يأتى

بخير .

٥- لا تكثر الضحك فإن القلب الموصول بالله ساكن وقور .

٦- لا تمزح فإن الأمة المجاهدة لاتعرف إلا الجد .

٧- لا ترفع صوتك أكثر مما يحتاج إليه السامع فإنه رعونة وإيذاء .

٨- تجنب غيبة الأشخاص وتنجيح الهيئات ولا تتكلم إلا بخير .

٩- تعرف إلى من تلقاه من إخوانك وإن لم يطلب إليك ذلك فإن

أساس دعوتنا الحب والتعارف .

١٠- الواجبات أكثر من الأوقات فعاون غيرك على الانتفاع بوقته وإن

كان لك مهمة فأوجز فى قضائها .

وقامت جماعات الاخوان بتوزيع هذا البرنامج - من وجهة نظرها - فى

انتخابات عام ١٩٨٧ على الناخبين لتزكية قائمة التحالف، وفى انتخابات عام

١٩٩٠ قام المرشحون المستقلون (من أعضاء جماعات الاخوان) بطبع وتوزيع

هذا البرنامج من خلال (كارت انتخابى) على النحو الجارى عرضه لاحقا .

ويلاحظ أن تلك الوصايا العشر لاتشكل - فى مجملها - برنامجا

انتخابيا سياسيا، فالبرنامج الانتخابى هو :

«سياسة الحزب أو الأفراد تجاه القضايا المهمة والملحة المعاصرة لفترة

الانتخابات ومنهاج العمل البرلمانى للفصل التشريعى المقبل» وهو باختصار

«دستور الحزب البرلمانى» أو «وثيقة انتخاب مقدمة من الحزب للهيئة الناجبة» .

وبالنسبة لبقية الأحزاب -الهامشية - فلم تقدم برنامجا انتخابيا بالمعنى

المفهوم إذ قدمت بعض الأفكار والحلول الجزئية واعتبرتها برامج انتخابية ومن

بينها - على سبيل المثال - البرنامج الانتخابى لحزب مصر الفتاة :

«برنامج حزب مصر الفتاة يعتمد على مشروع جديد هو مشروع النيل

الجديد الذى يهدف إلى شق مجرى جديد يخرج من نهر النيل جنوبا متجها فى الصحراء الغربية شمالا عائدا إلى مجرى النهر مكونا دلتا جديدة مساحتها ستة ملايين فدان هذا المشروع فى حد ذاته ثورة زراعية صناعية تجارية «<sup>(٣)</sup>

### **(١٣) أسلوب الشعارات الانتخابية:**

الشعار الانتخابي هو:

«جملة إنتخابية أو مفردات كلمات موحية تلخص مبادئ الحزب وأهدافه أو برنامج الإنتخابي» .

أنواع الشعارات الانتخابية:

الشعارات الانتخابية نوعان :

( أ ) مفردات كلمات موحية :

تمثل القيم السياسية المنشودة للمجتمع مثل : الحرية - الديمقراطية - المساواة ... الخ .

( ب ) جمل انتخابية :

وتلك قد تكون : (قول مأثور - أو بيت من الشعر - أو آية قرآنية - أو تصريح لزعيم - إلخ) .

وفيما يلى عرض موجز للشعارات الانتخابية للأحزاب السياسية :

### **أولاً: الشعار الانتخابي للحزب الوطني:**

كان الشعار الانتخابي للحزب الوطني الديمقراطي إبان انتخابات الفصلين التشريعيين الخامس والسادس هو :

(الديمقراطية .. التنمية .. الاستقرار)

ويعد من الشعارات «الموجزة» والمعبرة فى الانتخابات البرلمانية ويعكس بالفعل الأيدولوجية العامة للحزب ومنهاج سياساته .

وبجانب هذا الشعار «الرئيسي» كانت لافتات مرشحي الحزب فى غالبية الدوائر تضم الشعارات التالية :

- زعامة مبارك الوطنية .. ريادة مصر العربية .. حركة مصر الإسلامية .

- أخى الناخب : لاتسمح لصوتك أن يباع أو يشتري .

والملاحظ على تلك الشعارات أنها تؤكد المفاهيم التالية :

\* أسلوب الربط بين الحزب وقيادته (على النحو السالف ذكره)

\* التأكيد على التوجه العربى لمصر (لمواجهة دعايات حزب التجمع ) .

\* التأكيد على النهج الإسلامى (لمواجهة دعايات جماعات الاخوان المسلمين )

### **ثانياً: الشعار الانتخابى لحزب التجمع:**

لم يكن لحزب التجمع شعار انتخابى واحد- كالعادة السائدة فى الانتخابات البرلمانية - ولكنه أطلق مجموعة كبيرة من الشعارات إلى الحد الذى يمكن القول معه أنه - فى هذا الصدد - كان حزب الشعارات .. ومن أكثر الشعارات التى أطلقها مرشحو حزب التجمع الوجدوى التقدمى فى انتخابات

١٩٨٧ ، ١٩٩٠

(من خلال اللافتات والملصقات والمنشورات الانتخابية) هى :

- الحرية .. الاشتراكية .. الوحدة .

- الحيز والحرية لكل شعب .

- الدين لله والوطن للجميع .

- حزب التجمع من أجل العمال والفلاحين .. وكل المصريين .

- حزب التجمع من أجل حماية ملكيات الاصلاح الزراعى .

- صوتك إلى حزب التجمع .. صوتك إلى مستقبل مصر .
- برنامجنا من أجل إنقاذ مصر من أزمتها .
- شعارنا قتل الفقر وشعارهم قتل الفقراء .
- لا .. لقتلة الأطفال .
- أخى المواطن : ذهب المجلس المزور .. وجاء دورك لتختار الشرفاء .
- يابلدى : إختارى اللى يبنى بيوت وإنس اللى يتاجر فى القوات .
- مصر فى قلوبنا مش فى جيوبنا .. مصر فى جيوبهم مش فى قلوبهم .

وقد انفردت أساليب الدعاية الانتخابية (من الشعارات) لحزب التجمع بطابع الهجوم العنيف ضد مرشحي الأحزاب خاصة مرشحي الحزب الوطنى ووصلت إلى أقصى درجات العنف والحدة فى انتخابات عام ١٩٨٧ ثم مالت إلى الاعتدال فى انتخابات ١٩٩٠ وقد تبين من رصد تلك الشعارات أنها شعارات عامة ذات نمط حزبى موحد لكافة مرشحي التجمع .

### **ثالثاً: الشعار الانتخابى لجماعة الإخوان المسلمين، وحزب العمل،**

استخدم مرشحو الجماعات الاسلامية شعارين إثنين :

الأول : الإسلام هو الحل .

الثانى : الله غايتنا .. الرسول زعيمنا .. القرآن دستورنا .

ويبين من ذلك أن شعارى الجماعات الاسلامية يتوافق مع البرنامج الانتخابى (الوصايا العشر) . وفى ذات الوقت فإن كلا من البرنامج أو الشعار الانتخابى يمثل الصبغة الدينية للانتخابات البرلمانية من جانب جماعات الإخوان المسلمين والتيارات الاسلامية .

واستخدمت اللافتات والملصقات الانتخابية عدة شعارات مكمله للشعارين الرئيسيين (سالفى الذكر) وهى :

- الإسلام دين التكافل والعدل الاجتماعى .
- عودى يامصر إسلامية . . لتكون كلمة الله هى العليا .
- الشريعة الإسلامية مطلب كل الشعوب .
- ولم يقتصر الأمر على إنفراد جماعات الإخوان المسلمين بالدعاية  
لمنهم بأسلوب (الصوت الإسلامى على قائمة حزب العمل) بل إن دعايات  
التحالف - فى مجملها - ربطت فى شعاراتها ولافتاتها بين حزب العمل من  
ناحية وجماعات الإخوان المسلمين من ناحية أخرى فكانت شعارات اللافتات  
والمصقات كالتالى :
- أعط صوتك لقائمة التحالف لنصلح الدنيا بالدين .
- الإسلام هو الحل . فهيا إلى العمل .
- وباستقراء كافة الممارسات الانتخابية للأحزاب الأخرى والمرشحين  
المستقلين خلصت الدراسات إلى الحقائق التالية :
- لم تستخدم بقية الأحزاب السياسية أسلوب الشعارات الانتخابية  
بالشكل التطبيقى وعلى النحو السالف عرضه .
- لم تكن هناك شعارات «عامة وموحدة» لحزب الوفد .
- كان رئيس حزب الأمة يكرر عبارة واحدة عقب كل بيان إذاعى أو  
تلفزيونى وفى نهاية خطابه الانتخابية بالمؤتمرات والندوات وهى :  
«الصلاة كل يوم ركعتين لله من أجل سعادة ورخاء مصر» .
- ولا يمكن اعتبار تلك المقولة أسلوبا من أساليب الشعارات الانتخابية .
- لم تكن هناك بالطبع - شعارات موحدة للمستقلين بكافة اتجاهاتهم  
(المستقلون السياسيون أو المستقلون عن الأحزاب) ، بل كانت لافتاتهم  
ومصقاتهم الانتخابية تعبر عن أفكارهم وآمالهم وبرامجهم الانتخابية الخاصة .

#### ١٤) أسلوب استخدام الرموز الانتخابية:

الرمز الانتخابي هو :

(عدة أشكال من الصور والرسوم توزع على الأحزاب أو الأفراد المرشحين بحيث ينفرد كل حزب أو مرشح برسم أو صورة محددة لكي ترشد الناخب الأمي على المرشح الذي يفضلُه).

ويتم طبع تلك الصور والرسوم - بمعرفة الجهة المشرفة على الانتخابات - بجوار اسم المرشح لكي يتمكن الناخب من الإدلاء بصوته لصالح المرشح وفقا للصورة أو الرسم وليس وفقا لاسم المرشح .

ويستخدم هذا الأسلوب - أسلوب الرموز الانتخابية - في الدول التي ترتفع فيها نسبة الأمية، وينعدم استخدامه في الدول ذات المستوى الشقافي والتعليمي المرتفع .

وفيما يلي عرض لبعض الأمثلة التطبيقية عن «أسلوب استخدام الرموز الانتخابية في الانتخابات البرلمانية» .

##### ١) حزب التجمع :

نجح حزب التجمع إلى حد كبير في استخدام رمزه الانتخابي (الساعة) كأسلوب من أساليب الدعاية الانتخابية إذ مزج بين المدلول الشكلي والموضوعي للساعة وبين برامج وأهداف الحزب وتكوين شعارات تعبر عنهما معا في عبارات موحية وهي :

- مرشحو التجمع هم رجال الساعة .

- وجاءت ساعة التغيير للأفضل .

- كونوا طرفا أصيلا في قضايا الوطن حتى تقترب ساعة الفجر .

كما نجح الحزب في (الإخراج الدعائي) للمزج بين الشعار الانتخابي وبرامج وأهداف الحزب فيما يتعلق بالمنشورات الانتخابية لكافة مرشحي الحزب

بالدوائر الانتخابية إذ كان يتصدر كل منشور (على اليسار) الرمز الانتخابي للحزب (الساعة) وعلى اليمين شعار الحزب أو شعار المرشح، بما يمكن اعتباره «كبصمة انتخابية» لمنشورات حزب التجمع .

#### ب - جماعات الاخوان المسلمين :

استغلت أيضا جماعات الاخوان المسلمين الرمز الانتخابي للتحالف (النجمة الخماسية) وقام مرشحو الحزب بطبع العديد من هذا الرمز مجسدا على هيئة ورق مقوى وصمم هذا الرمز المجسد بحيث تكون ثلاثة من أجنحة النجمة أكبر من الإثنين الباقيين لتدون بها المكونات الثلاثة لإحدى الشعارات الانتخابية : الله غايتنا - الرسول زعيمنا - القرآن دستورنا . كل شعار فى جناح من الأجنحة الثلاثة الكبرى، وكتابة شعار (الإسلام هو الحل) فى وسط النجمة وعلى الجناحين الأصغر منها .

وكان أول استخدام لهذا الأسلوب فى انتخابات عام ١٩٨٧ ثم أعاد مرشحو الإخوان المسلمين استخدامه عام ١٩٩٠ .

#### ج - الحزب الوطنى :

قامت إحدى المرشحات (بمحافظة الغربية) من الحزب الوطنى بارتداء ثوب يرمز إلى الشعار الانتخابي للحزب الوطنى (الهلال) وبذات ألوانه إذ كان الثوب باللون الأخضر مطبوعا عليه (الهلال) : الرمز الانتخابي للحزب، وارتدته إبان المؤتمرات والندوات الانتخابية .

وإن هذا الأسلوب «أسلوب استخدام الرموز الانتخابية» كأسلوب من أساليب الدعاية من شأنه أن يسهم - إلى حد ما - فى تثبيت عناصر الصورة الذهنية عن المرشحين لدى البعض من الهيئة الناخبة وخاصة من لا يعرف القراءة والكتابة منهم .

### (١٥) الكارت الانتخابى :

وقد استخدم هذا الأسلوب الانتخابى بمعرفة مرشحي جماعات الاخوان المسلمين فى انتخابات ١٩٨٧ ، ١٩٩٠ وذلك بطبع وتوزيع كارت انتخابى مدون على صفحة الغلاف الخارجى الأولى شعار الجماعة (الإسلام هو الحل) وخلفيته عبارة عن صورة لليد اليمنى ممسكة بالقرآن الكريم واليد اليسرى تشير إليه وأعلها كلمة (ذلك الكتاب لاريب فيه) وتتضمن صفحة الغلاف الخارجية إسم المرشح ورمز النجمة مقرونا بعبارة (الصوت الإسلامى على قائمة حزب العمل) وذلك فى انتخابات ١٩٨٧ وفى انتخابات ١٩٩٠ دون فى تلك الصفحة إسم الناخب ورمزه الانتخابى فقط . وتشمل صفحتا الكارت الانتخابى الداخلية : الصفحة الاولى (اليمنى) مدون بها تحت عنوان «بطاقة انتخابية» : (اسم الناخب - مقر اللجنة - رقم اللجنة - رقم القيد - الكشف ) وعلى الصفحة الداخلية الثانية مدون الوصايا العشر لجماعات الاخوان المسلمين .

ويعد هذا الأسلوب من الأساليب الانتخابية المستحدثة فى حالتى الدراسة (١٩٨٧-١٩٩٠) إذ لم يستخدم من قبل فى الانتخابات البرلمانية المصرية ، ويمكن تقويم هذا الأسلوب من النواحي التالية :

- أسلوب مستحدث ومن ثم فإنه يلفت نظر الباحث ويستحوذ على إهتمامه .

- من شأنه إرشاد الناخب إلى مكان ورقم لجنته الانتخابية .

- صورة من صور الاتصال الشخصى المباشر بين المرشح والناخب وهو الأمر المؤثر فى عملية إستمالة الناخبين) .

وبجانب تلك الأساليب الانتخابية التى مارستها الأحزاب السياسية فى انتخابات عام ١٩٨٧ ، ومارسها عدد من المرشحين فى انتخابات عام ١٩٩٠ ، فإن الدراسة الميدانية التى أجريناها قد رصدت -أيضا- مجموعة من الأساليب



الدعائية مارسها بعض المرشحين - بشكل منفرد- فى انتخابات عام ١٩٩٠ وهى :

١- كتابة لافتات وملصقات الدعاية باللغة الانجليزية - وقد استخدم هذا الأسلوب أحد المرشحين المستقلين بدائرة «الدقى والعجوزة» بمحافظة الجيزة .  
ويسؤاله عن سبب ممارسة هذا الأسلوب قرر : «حتى تكون مميزة ولافتة للأنظار عن باقى المرشحين .

٢- إستخدام عناوين الأعمدة الصحفية والبرامج الإذاعية الشهيرة فى اللافتات والملصقات الانتخابية كمقدمة للافتة أو المنشور وهى (فكرة - نصف كلمة - مواقف - بصراحة - بهدوء - همسة عتاب - كلمتين وبس- فكر ثوانى واكسب نائب - قل ولا تنقل)، وقد مارس هذا الأسلوب : (مرشح مستقل بدائرة حلوان بمحافظة القاهرة).

٣- أسلوب البالونات الانتخابية :

واستخدمه مرشح مستقل بدائرة طنطا بمحافظة الغربية إذ أطلق عشرين بالونة كبيرة على ارتفاع ٤٠ مترا بميدان الساعة بمدينة طنطا مطبوع عليها صورته واسمه ورمزه الانتخابى .

٤- استخدام الأغانى الوطنية لعبد الحليم حافظ كمقدمة للبيانات الانتخابية فى السرداقات والندوات،ومارس هذا الأسلوب أحد المرشحين من الحزب الوطنى بمحافظة القاهرة .

٥- أسلوب المهرجان الانتخابى :

أعلن أحد المرشحين المستقلين - بالصحف - عن إقامة مهرجان إنتخابى بدائرة «الدقى والجيزة»- ثلاث ساعات من الحب والانتماء لمصر (شعر - غناء - موسيقى) .<sup>(١)</sup>

٦- استخدم مرشحو الوفد فى بورسعيد فرقة السمسمية فى السرداقات والندوات الانتخابية لإلقاء الأناشيد المؤيدة لحزب الوفد .

٧- أسلوب التعهد الكتابي :

اعلن أحد المرشحين المستقلين ببورسعيد عن التزامه بتقديم تعهد كتابي بحل مشاكل المواطنين لكل ناخب يدلى بصوته لصالحه .

٨- الاستغلال المهني في الدعاية الانتخابية :

ومارس هذا الأسلوب اثنان من المرشحين - المستقلين - بالأسكندرية :  
- مرشح (يعمل بالهيئة العامة للمواصلات السلكية واللاسلكية) كان شعاره الانتخابي (تليفون لكل مواطن) .

٩ - أقام مرشح عن جماعات الاخوان بإحدى دوائر القاهرة مسابقة دينية لأبناء الدائرة منح الفائزين فيها جوائز عيارة عن أجهزة كهربائية .  
وقد تلاحظ - للباحث - أنه رغم حداثة وتنوع تلك الأساليب الانتخابية إلا أن كل ممارسيها لم يحققوا الفوز في الانتخابات البرلمانية .

**المرتكزات الدعائية للأساليب الانتخابية**

بدراسة وتحليل كافة أساليب الاتصالات الانتخابية السالف ذكرها بغية رصد أهم المرتكزات الدعائية التي استخدمتها تلك الأساليب في توجيه رسائلها الانتخابية للناخبين تبين لنا أن تلك المرتكزات الدعائية - بوجه عام - تعبر عن المسلك السياسي للأحزاب السياسية باعتبارها إنعكاسا لبرامج الحزب الانتخابية وترجمة لقوته السياسية وعلاقته بمسئولية الحاكم (في موقع الحكم أو في موقع المعارضة) وقد شملت دراسة وتحليل تلك المرتكزات لكافة الأساليب الانتخابية الحزبية في انتخابات ١٩٨٧ ولمرشحي الأحزاب في إنتخابات ١٩٩٠ ، في حين لم يتم رصد المرتكزات الدعائية للمرشحين المستقلين لأنها كانت تعبر عن الآراء والاتجاهات الشخصية لكل مرشح .

وفيما يلي عرض لأهم المرتكزات الدعائية للأساليب الانتخابية للأحزاب السياسية في انتخابات ١٩٨٧ ولمرشحي الأحزاب في إنتخابات ١٩٩٠ :

### **المرتكزات الدعائية للحزب الوطنى الديمقراطى:**

- رئاسة «مبارك» للحزب الوطنى .
- إنجازات حكومة الحزب الوطنى بالنسبة للمرافق والخدمات العامة .
- حجم الاستثمارات الكبير الذى حققته الخطة الخمسية الأولى والثانية .
- تحقيق المزيد من الحريات السياسية وتوسيع رقعة الديمقراطية عما كان من قبل .
- عدم تقديم أحزاب المعارضة لبرامج عملية لحل المشاكل الاقتصادية باعتبار أن ما كانت تعرضه من برامج لا يعدو أن يكون مجرد أمان أو توصيات .
- التمسك بالنظام الانتخابى «القائمة النسبية الإجبارية مع الانتخاب الفردى» .
- الإبقاء على المكاسب السياسية لطبقتى العمال والفلاحين ومن بينها (نسبة الـ ٥٠٪ للعمال والفلاحين) .

### **المرتكزات الدعائية للحزب الوفد الجديد:**

- وهى التى تتعلق بالأساليب الدعائية لانتخابات (١٩٨٧) حيث لم يشارك الوفد فى انتخابات (١٩٩٠) ويمكن إجمال أهم تلك المرتكزات فيما يلى :
- مطالبة رئيس الجمهورية بالتخلى عن رئاسة الحزب الوطنى .
- تعديل الدستور ليتضمن الموضوعات التالية :
- (أن يكون ترشيح رئيس الجمهورية عن طريق الانتخابات العامة بين أكثر من مرشح وليس عن طريق مجلس الشعب- وجوب تعيين نائب لرئيس الجمهورية) .
- ضعف مرشحى الحزب الوطنى أمام المنشقين عن الحزب .

- قيام حكومة الحزب الوطنى بتقديم رشاوى إنتخابية للمواطنين فى موسم الانتخابات تشمل : توفير السلع بالمجمعات - تخفيض بعض الأسعار وذلك لاستمالة المواطنين للحزب الوطنى .
- تسخير موارد الدولة فى الانفاق على دعايات مرشحي الحزب الوطنى (السيارات الحكومية - ميزانيات العلاقات العامة فى أجهزة الدولة المختلفة - وسائل الاعلام المسموعة والمقروءة) .
- إنحياز وسائل الاعلام - الحكومية - لمرشحي الحزب الوطنى وممارسة سياسة التعتيم الاعلامى بالنسبة لمرشحي أحزاب المعارضة .
- توقع قيام الحكومة بتزوير الانتخابات لصالح الحزب الوطنى .
- العدول عن النظام الانتخابى الحالى والعودة إلى نظام الانتخاب الفردى .

### **المرتكزات الدعائية للحزب التجمع :**

اختلفت المرتكزات الدعائية لحزب التجمع فى انتخابات ١٩٨٧ عن انتخابات ١٩٩٠ إذ كانت فى الاولى «هجومية» وفى الثانية «معتدلة» ومرد هذا الاختلاف هو أن حزب التجمع كان يخوض الانتخابات - بمفرده - فى مواجهة الحزب الوطنى عام ١٩٩٠ .

### **المرتكزات الدعائية فى انتخابات ١٩٨٧ :**

- الانتقادات اللاذعة لحكومة الحزب الوطنى .
- تضخيم قضايا الفساد والتهويل من سليات حكومة الحزب الوطنى .
- المطالبة بإسقاط إتفاقيات كامب ديفيد وعودة مصر للصف العربى فى مواجهة الإمبريالية الأمريكية والصهيونية العالمية والرجعية العربية .
- مشروعية حق الإضراب للعمال فى مواجهة الاستغلال والقهر .

- إتهام الحكومة بتزوير الانتخابات البرلمانية لصالح الحزب الوطنى .
- المطالبة بتطبيق نظام الانتخاب الفردى .
- التوقف عن سداد ديون مصر الخارجية .
- تأميم البنوك وشركات التأمين وقطاع المقاولات والتجارة الخارجية والشركات الرأسمالية الكبيرة .
- المطالبة بتحرير الوطن من سيطرة الأمريكان والصهيونية .
- المطالبة بتحرير المواطن من استغلال الرأسماليين وتجار الأغذية المسمومة .
- المطالبة بتخليص الشعب من القهر البوليسى والقوانين سيئة السمعة والتضليل الإعلامى .

#### **المرتكزات الدعائية فى انتخابات ١٩٩٠ :**

- إيجابية المشاركة السياسية عن طريق «تداول السلطة عبر صناديق الانتخاب»
- الإصلاح السياسى والديمقراطى .
- تحقيق التنمية الشاملة .
- تحقيق التوازن بين الأجور والأسعار .
- حماية الثقافة الوطنية .
- دعم العلاج والتعليم المجانى .
- المطالبة بتشكيل لجنة قومية للإشراف على الانتخابات البرلمانية .

#### **المرتكزات الدعائية لمرشحي الجماعات الإسلامية :**

يمكن القول إن المرتكزات الدعائية لحزب العمل الاشتراكى قد ذابت فى

---

المرتكزات الدعائية لجماعات الاخوان المسلمين فى انتخابات عام ١٩٨٧ إذ كانت أهم تلك المرتكزات لدعايات التحالف هى :

- \* صيغ السياسة بالإسلام .
- \* إستغلال الوازع الدينى لدى العامة .
- \* أن عدم التمسك بالقيم الدينية هو العامل المباشر فى وجود المشاكل الاقتصادية والاجتماعية فى مصر .
- \* تطبيق الشريعة الاسلامية فى كافة التشريعات (الاقتصادية والجنائية) .

### ثانيا : وسائل الاتصال الانتخابية

خلصت الدراسة الميدانية إلى أن وسائل الاتصال الشخصية هى الوسائل المؤثرة فى الدعاية الانتخابية وأنه ليس هناك أى قيمة دعائية لوسائل الاتصال الجماهيرية (العامة) إذ تبين أن مجموعة وسائل الاتصال الشخصية تمثل ٨٣,٣٪ من جملة الوسائل المستخدمة بمعرفة المرشحين والأحزاب وهى على الترتيب التالى :

(الندوات والمؤتمرات - المنشورات والمطبوعات - اللافتات - سيارات الدعاية) .

فى حين تمثل وسائل الاتصال الجماهيرية نسبة ١٦,٦٪ فقط من جملة الوسائل المستخدمة فى الدعاية الانتخابية وهى على الترتيب التالى :

(الصحافة القومية - الصحافة الحزبية - الصحافة المحلية - الإذاعة المحلية - التلفزيون - الإذاعة القومية) .

ويمكن رد أهمية وسائل الاتصال الشخصية فى الانتخابات البرلمانية وإنحسار دور وسائل الاتصال الجماهيرية للأسباب التالية :

(١) أن معايير التفضيل الانتخابية فى مصر تعتمد بصفة أساسية على المعايير الشخصية وليس على المعايير الموضوعية .

(٢) أن عوامل الفوز فى الانتخابات - حسبما تبين من الدراسة الميدانية ترجع بصفة أساسية إلى سمعة المرشح ومكانته الاجتماعية بالدائرة وحجم الخدمات المحلية والفردية التى يقدمها لأبناء الدائرة إذ بلغت جملة تلك العوامل - مجتمعة - ٥٢٢٪ من جملة عوامل النجاح فى الانتخابات .

(٣) مازالت العصبية العائلية والقبلية من أهم عوامل تعزيز الفوز بالانتخابات وتمثل ١٦٢٪ من جملة عوامل النجاح .

(٤) أن وسائل الإعلام المرئية والمسموعة (التلفزيون - الإذاعات القومية والمحلية) يقتصر دورها على الجانب الإخبارى للعملية الانتخابية وتفتقر إلى أسلوب «المناظرات الانتخابية» .

(٥) إنخفاض المستوى الثقافى وانتشار الأمية من شأنه أن يؤدى إلى إنخفاض أهمية وسائل الاتصال المقروءة فى الدعايات الانتخابية .

وقد سبق التعرض لوسائل الاتصالات الانتخابية «الشخصية» من خلال عرض الظواهر السياسية والإعلامية المصاحبة للعملية الانتخابية وكذلك من خلال المرتكزات الإعلامية والسمات الدعائية لأساليب الاتصال الانتخابية .  
وفيما يلى عرض موجز لأهم المرتكزات الدعائية لوسائل الاتصال الجماهيرية (العامة) .

### **أولاً: التلفزيون:**

تناول التلفزيون المصرى موضوع الانتخابات البرلمانية لحالى الدراسة من عدة جوانب هى :

- أخبار الانتخابات .
- بيانات وأحاديث مع القائمين على إدارة الانتخابات (وزير الداخلية - مساعد وزير الداخلية للشئون الإدارية - مدير الإدارة العامة للانتخابات - بعض رؤساء لجان الانتخاب) .

- تحقيقات ميدانية عن الإجراءات الإدارية والقانونية للعملية الانتخابية والأحوال الأمنية لسير الانتخابات (يوم إجراء الانتخاب) ونتائج الانتخابات .

- أحاديث ولقاءات عامة مع بعض الناخبين .

وافقر تناول الإعلامى للعملية الانتخابية إلى الجوانب التالية :

• بيان مدى وأحوال التنافس الحزبى .

• إجراء المواجهات والمناظرات الانتخابية، وتوصى الدراسة باستخدام أسلوب المناظرات الانتخابية بين المرشحين والأحزاب عن طريق (التلفزيون والاذاعة) باعتباره من أهم الأساليب التى تتناول عملية الانتخابات البرلمانية على أن تقوم بإدارة المناظرات إحدى الهيئات العلمية المتخصصة . وقد أتاح التلفزيون لرؤساء الأحزاب السياسية وقتا متساويا للإلقاء ببياناتهم الانتخابية، وكانت المرة الأولى التى يستخدم فيها التلفزيون هذا الأسلوب الإعلامى فى انتخابات عام ١٩٨٧ وذلك وفقا للقواعد التالية :

- تخصيص فترتين لكل حزب لتقديم بياناتهم الانتخابية خلال شهر مارس ١٩٨٧ على القناة الأولى وكانت الفترة الزمنية بين البيان الأول والثانى (أسبوعا) .

- زمن الفترة الواحدة ٢٠ دقيقة فقط .

- توقيت إذاعة البيان : الساعة السادسة والثلاث (عقب نشرة أخبار الساعة السادسة)

- ويبين من ذلك أن فترات وتوقيتات البث التلفزيونى لتلك البرامج عديمة الجدوى وأنه ليس لها تأثير دعائى على الهيئة الناجبة وفى هذا الصدد توصى الدراسة بحرية تأجير الأحزاب والناخبين أوقات بث دعائية من خلال قنوات التلفزيون .



### **البيان الانتخابي لحزب العمل:**

ألقى «ابراهيم شكرى» رئيس حزب العمل بيانه الأول يوم السبت ٢١ مارس ١٩٨٧ والبيان الثانى السبت الذى تلاه (٢٨ مارس).

### **تحليل محتوى البيان الأول لحزب العمل:**

تحليل محتوى البيان (من الناحية الشكلية):

- ألقى رئيس الحزب بيانا مرتجلا وغير مكتوب ويعكس ذلك الثقة بالنفس والمقدرة الخطابية وإن عاب هذا الارتجال كثرة الأخطاء النحوية.
- اتسم المتحدث بقوة الشخصية وحسن المظهر ووضوح الكلمات والعبارات والاتزان وعدم التردد.
- لم يصاحب بيان رئيس الحزب عرض لشعار الحزب أو رمزه الانتخابي.

### **التحليل الموضوعى لمحتوى البيان:**

- تبين من إجراء التحليل الموضوعى لمحتوى البيان الأول لرئيس حزب العمل أنه يتصف بما يلى:
- عدم وضوح البرنامج الانتخابى لحزب العمل.
  - إنصب البيان حول عموميات الموضوعات السياسية والاقتصادية التى كانت مثارة فى ذلك الوقت.
  - لم يركز على مدى الاختلاف بين برنامجه الانتخابى وبرامج الأحزاب الأخرى.
  - إفتقار البيان إلى الحلول أو السياسة الإصلاحية للمشاكل التى عرضها.

### المرتكزات الدعائية للبيان :

تضمن البيان المرتكزات الدعائية التالية :

- تعديل الدستور وخاصة فيما يتعلق باقتراح الحزب بخصوص انتخاب رئيس الجمهورية بواسطة الشعب من بين عدة مرشحين وليس عن طريق مجلس الشعب ووجود انتخاب نائب لرئيس الجمهورية بذات الطريقة .

إلغاء نظام الانتخاب بالقائمة النسبية الإجبارية المدعم بالانتخاب الفردى والعودة إلى نظام الانتخاب الثنائى مع التمييز الفئوى .

- إعادة النظر نحو إلغاء وتعديل القوانين المقيدة للحرية . (ولم يبين تلك القوانين ومواضع تقييدها للحرية) .

- المطالبة بتطبيق الشريعة الإسلامية .

- محاولة كسب تأييد الأقباط عن طريق الإشارة إلى أن إحدى قوائم تحالف العمل يتصدرها مرشح من الأقباط ، وأن تطبيق الشريعة الإسلامية ليس لصالح المسلمين فقط بل لصالح أقباط مصر أيضا .

- توجيه إنتقادات مباشرة وغير محددة للحزب الوطنى .

تحليل محتوى البيان الثانى لحزب العمل :

تتطابق نتائج التحليل الشكلى للبيان الثانى مع البيان الأول ، ومن حيث التحليل الموضوعى فإن البيان الثانى قد أضاف إلى البيان الأول الموضوعات التالية :

التعرض لبعض المشاكل على وجه التحديد وهى :

(مشاكل الشباب - مشكلة الإسكان - إرتفاع الأسعار - سوء حالة المواصلات العامة - البذخ الحكومى) .

عدم الاطمئنان للعلاقات السياسية والاقتصادية «الخاصة» مع الولايات المتحدة الأمريكية .

تقديم بعض المقترحات العامة لبعض المشاكل وهى :

- تطبيق الشريعة الاسلامية .
- وقف كافة الأبنية الحكومية (عدا المستشفيات والمدارس) كأحد الحلول الهامة لمشكلة الاسكان .
- وقف إصدار البنكنوت بدون غطاء حقيقى لدعم قيمة الجنيه المصرى فى مواجهة العملات الأجنبية .
- تقوية العلاقات الخارجية مع الدول العربية وخاصة السودان- تجميد العلاقات السياسية والدبلوماسية مع إسرائيل وإعادة النظر فى اتفاقية «كامب ديفيد» .
- أن تكون سياسة مصر الخارجية متوازنة وبذات القدر من الأهمية مع الكتلة الشرقية أسوة بالكتلة الغربية .

### **البيان الانتخابى لحزب الأمة:**

- ألقى (أحمد الصباحى) بيانين يوم الأحد ٢٢ ، ٢٩ مارس ١٩٨٧ وفيما يلى تحليل هذين البيانين - معا- من الناحيتين الشكلية والموضوعية:
- التحليل الشكلى لمحتوى بيانى حزب الأمة :**
- لم يستهلك البيان الأول الوقت المحدد له بالكامل - إذ استغرق البيان ١٥ دقيقة فقط من ٢٠ دقيقة «الوقت المتاح للبيان» .
  - كان بيانا مقروءا .
  - إعتد البيان - شكليا - على الإلقاء القوى وبلغه عربية سليمة خالية من الأخطاء التحوية .
  - لم يصاحب إلقاء البيانين شعار الحزب أو رمزه الانتخابى .

### التحليل الموضوعي :

- لم يقدم برنامجا إنتخابيا كاملا .
- لم يوجه إنتقادات سياسية للحزب الوطنى أو للأحزاب المتنافسة الأخرى .
- تطبيق ما أسماه «بالاقتصاد الإسلامى» .
- الاهتمام بالمظهر الإسلامى للدولة وذلك بإقامة الدولة الإسلامية وتطبيق الشريعة الإسلامية .
- الربط بين تأييد الناخبين لحزب الأمة وبين قضية الإيمان حيث أعلن :  
«إن التصويت لحزب الأمة إنما هو تدين وتقرب إلى الله»
- المطالبة بإنشاء حلف (عسكرى إسلامى) بزعامة مصر ويضم جميع الدول العربية والإسلامية فى مواجهة حلف وارسو والأطلنطى .
- إنشاء منصب قيادى إسلامى عالمى (إمام المسلمين) بدرجة رئيس وزراء يتم انتخابه من كل الدول الإسلامية فى مؤتمر عام ويكون مقره مدينة القاهرة .
- وأنهى رئيس حزب الأمة بيانه الانتخابى بالاعلان الانتخابى التالى :  
«الصلاة كل يوم ركعتين لله من أجل سعادة ورخاء مصر» .

### البيان الانتخابى لحزب الوفد:

ألقى «فؤاد سراج الدين» بيانى حزب الوفد يومى الاثنين ٢٣ ، ٣٠ مارس ١٩٨٧ .

### التحليل الشكلى للبيانين الانتخابيين لحزب الوفد :

- عدم استخدام شعار الحزب والرمز الانتخابى أثناء إلقاء البيانين .
- كان البيان مقروءا .
- إتسم رئيس الحزب بقوة الشخصية والثقة بالنفس .

- لم يكن عرض البيان متسقاً أو متنافساً إذ جاء في صورة مقتطفات متنوعة واتسم بعدم الترابط بين الأفكار والمعاني .

#### التحليل الموضوعي :

مفردات التحليل الموضوعي لمحتوى البيان الأول:

- إغفال القضايا الاقتصادية والاجتماعية .
- التركيز على مسألة تعديل الدستور خاصة فيما يتعلق بمطالبة الحزب بانتخاب رئيس الجمهورية ونائبه انتخاباً مباشراً من الشعب من بين عدة مرشحين .
- رفض قانون الانتخاب - المعاصر للانتخاب - وهو قانون الانتخاب بالقائمة النسبية الاجبارية المدعم بالانتخاب الفردي .
- إلغاء ما أسماه بالقوانين الاستثنائية .
- لم يقدم برنامجاً اقتصادياً انتخابياً متكاملًا خاصة فيما يتعلق بالجوانب الاقتصادية إذ انصب ٩٠٪ من الوقت المحدد للبيان في الحديث عن المطالب والمقترحات السياسية .
- التركيز على بعض القضايا التي تهم قطاعات معينة من الشعب بقصد كسب تعاطفها وتأييدها لحزب الوفد في الانتخابات وذلك على الوجه التالي :
- أن الوفد ليس ضد الاشتراكية ويؤمن بالحفاظ على المكاسب الاجتماعية للعمال والفلاحين وذلك بهدف كسب تأييد طبقتي العمال والفلاحين، وفي هذا الإطار لم يتعرض بالنقد لقاعدة الـ ٥٠٪ للعمال والفلاحين رغم المعارضة - غير المعلنة - لأعضاء حزب الوفد لتلك القاعدة .
- المطالبة بتنقية التشريعات من كل شائبة تخالف أحكام الشريعة الإسلامية وذلك بهدف كسب ود الجماعات الإسلامية .
- إعتبار أن اتفاقية كامب ديفيد للسلام بين مصر وإسرائيل في حكم

المنعقدة بسبب تصرفات اسرائيل المنافية للسلام وذلك بقصد إستمالة الاتجاهات اليسارية .

التأكيد على الوحدة الوطنية ، واستنكار أحداث الفتنة الطائفية ، بهدف خطب ود الأقباط فى مصر .

#### المرتكزات الدعائية والسياسية للبيان الأول :

- إطلاق حرية تكوين الأحزاب السياسية .
- منح مجلس الشورى سلطة التشريع .
- منح مجلس الشعب سلطاته الكاملة بالنسبة لتعديل الموازنة العامة للدولة (إذ أن الوضع الحالى يمنح المجلس حق الموافقة على الميزانية أو رفضها كاملة دون تعديلها) .
- وقف العمل بقانون الطوارئ .
- إلغاء القوانين الاستثنائية .
- تخلى رئيس الجمهورية عن رئاسته لأى حزب من الأحزاب .
- عدم الجمع بين عضوية مجلس الشعب والعمل فى الحكومة أو القطاع العام .
- تعديل نظام الانتخاب إلى نظام انتخابى آخر (لم يحدده البيان) .
- تعديل الدستور عن طريق جمعية تأسيسية بقصد تأكيد سلطات الشعب .

#### مفردات التحليل الموضوعى لمحتوى البيان الثانى :

- التمسك بسياسة عدم الانحياز ورفض حزب الوفد للأحلاف العسكرية والقواعد العسكرية الأجنبية .
- التركيز على المشاكل الاقتصادية المتنوعة وتقديم بعض الحلول

والمقترحات المتوازنة مع متطلبات القوى السياسية مثل : التأكيد على وجود القطاع العام، ومن ناحية أخرى الاهتمام بتشجيع القطاع الخاص وإعادة الاعتبار لبورصة الأوراق المالية المصرية، ومن ثم افتقر البيان إلى تحديد برنامج اقتصادى أو خطة إصلاح اقتصادية وفقا لأيدولوجية محددة كان عبارة عن مجموعة مطالب إقتصادية هى : (توفير الضمانات الكاملة لرأس المال العربى والأجنبى للاستثمار فى مصر - رفض سياسة طبع البنكنوت - التقليل من الإنفاق الاستهلاكى للحكومة - الحد من الإقتراض الخارجى - تنشيط البورصة ) .

- تقديم مقترحات عامة فى المجالات التالية :

بالنسبة للتعليم : تأييد مجانية التعليم - مكافحة الأمية - التوسع فى التعليم الفنى - عدم انشاء جامعات جديدة .

بالنسبة للإعلام : أن تكون وسائل الإعلام قومية لا حزبية .

بالنسبة للزراعة : إعتبار الزراعة الدعامة الأساسية للاقتصاد القومى وتوفير الاستثمارات الكافية لها .

بالنسبة للبيئة : إنشاء وزارة خاصة لشئون البيئة وحمايتها من التلوث .

بالنسبة لمصلحة السجون : أن تتبع وزارة العدل بدلا من وزارة الداخلية

بالنسبة للتاريخ الوطنى المصرى : إعادة كتابة التاريخ الوطنى المصرى وتعديل كتب ومناهج مادة التاريخ بالمدارس والجامعات .

بالنسبة للقطاع العام : الإيمان بوجود القطاع العام مع التبخلص من الشركات الخاسرة وتحويلها إلى شركات خاصة .

بالنسبة للدعم : الإبقاء على الدعم مع ترشيده .

بالنسبة للخدمة العسكرية : تخفيض فترة التجنيد لغير المؤهلات من سنتين إلى ثمانية أشهر فقط .

### البيان الانتخابى لحزب التجمع :

قدم البيانين الأول والثانى رئيس الحزب «خالد محيى الدين» يومى الثلاثاء ٢٤، ٣١ مارس ١٩٨٧ .

#### التحليل الشكلى لمحتوى البيانين :

- إرتجل رئيس الحزب بيانيه، فلم يكونا مكتوبين أو معدين سلفا .
- قوة الشخصية والإقناع والثقة بالنفس وعدم وجود أخطاء نحوية أو لغوية، فضلا عن حسن العرض وترابط الحديث .
- وجود الرمز الانتخابى (الساعة) خلف المتحدث، وتلك من أهم أساليب «العرض الانتخابى» التليفزيونى ويحقق «الربط ذهنى» بين شخصية المتحدث والرمز الانتخابى خاصة بالنسبة لمن لايعرف القراءة والكتابة من المشاهدين من أعضاء الهيئة الناجبة .
- سلاسة الحديث، وبالرغم من أن البيانين تعرضا بتركيز وإبهاق للجوانب الاقتصادية إلا أن رئيس الحزب استخدم أسلوبا مبسطا ومقنعا لكافة المستويات الثقافية .
- لم يوجه رئيس الحزب أى إنتقادات عنيفة للحزب الوطنى أو لحكومة الحزب أو للأحزاب الأخرى، فقد اتبع سياسة هادئة ومتوازنة بعكس النهج الذى انتهجته لافئات وملصقات ومنشورات مرشحي الحزب .

#### التحليل الموضوعى لمحتوى البيانين :

##### البيان الأول :

- ركز رئيس الحزب على المسألة الاقتصادية وتقدم ببرنامج إصلاح إقتصادى شامل يتضمن المقترحات التالية :
- العمل على تلبية الاحتياجات الأساسية للإنسان المصرى .



- محاربة الغلاء .

- مواجهة الاعتماد الغذائى على الخارج عن طريق زيادة أسعار توريد الحبوب الغذائية للمزارعين أى تحويل الدعم إلى الفلاح المصرى لتشجيعه على زيادة الانتاج من الحبوب .

- إن السبيل إلى حل العجز فى الميزانية هو تنمية الموارد الحقيقية مثل الضرائب وليس عن طريق طبع النقود «التمويل المصرفى» وإعادة النظر فى الكثير من الإعفاءات الضريبية أو الجمركية .

- إن الحل الجذرى للمشكلة الإقتصادية يكون عن طريق : التنمية الشاملة الحقيقية لقطاعات العمالة الكبيرة (الصناعة - الزراعة - التشييد - النقل) .

المرتكزات الدعائية للبيان الأول :

\* الربط بين الحزب ورمزه الانتخابى .

\* التركيز على المشاكل الاقتصادية، ويمكن القول إن حزب التجمع كان أقرب الأحزاب السياسية إلى تقديم برنامج إقتصادى شامل (مشتركا فى ذلك مع الحزب الوطنى)، وذلك أن بقية الأحزاب تناولت الموضوعات الاقتصادية من بعض جوانبها .

\* التأكيد على تشجيع القطاع الخاص، وذلك لاستئالة القطاع الخاص فى الانتخابات .

البيان الثانى :

تناول هذا البيان - بالتفصيل - ثلاث قضايا رئيسية هى :

قضية أصحاب الدخول الثابتة (العمال والموظفين) :

- ضم الحوافز والبدلات للأجر الأساسى .

- ربط الأجور بالأسعار، بمعنى رفع الأجور والمعاشات بنسب تتوازى مع

إرتفاع الأسعار .

- أن يكون الحد الأدنى للأجور مائة جنيه .
- تقليل التفاوت الكبير فى مرتبات الموظفين وفق قوانين التسويات الوظيفية .

- تخفيض نسبة التأمينات إلى ٨٪ سواء للأجر الثابت أو المتغير .

#### قضية الإسكان :

- أوجز البيان آثار مشكلة الإسكان فى أمرين : (تأخر سن الزواج - الحفاظ على أخلاق الشباب) .

وتتلخص رؤية الحزب لمشكلة الاسكان فيما يلى :

- العمل على إحلال نمط الإيجار محل نمط التملك .
- وضع قواعد عادلة ومعلنة للمساكن التى توزعها الحكومة مثل (نظام النقاط) : السن - الحالة الاجتماعية . . الخ .
- اقامة اتحاد لشاغلى المساكن القديمة .
- مد تطبيق قوانين الإسكان إلى القرى أسوة بالمدن .
- النظر فى أمر المتراخين عن إتمام بناء العمارات السكنية .
- العمل على الانتهاء من مشكلة الإسكان المشوه (العشش والمقابر) فى مدة أقصاها خمس سنوات .

- ألا يزيد أجر المسكن عن ربع دخل الموظف أو العامل .

#### قضية الديمقراطية والوحدة الوطنية :

- إن حل المشكلة الاقتصادية هو المدخل الرئيسى للديمقراطية .
- إن الديمقراطية ليس ديمقراطية الأحزاب بل هى ديمقراطية الجماهير .
- تدعيم الحركة التعاونية هو أساس الديمقراطية فى الريف .

- إنشاء منظمة ديمقراطية قومية للشباب مستقلة عن الأحزاب السياسية .
- حرية تكوين الأحزاب السياسية .
- إلغاء قانون العيب، وقانون حماية الجبهة الداخلية .
- إلغاء نظام الانتخاب «المعاصر» ، والعودة إلى نظام الانتخاب الثنائي مع التمييز الفئوى .

- حق النقابات العمالية فى الامتناع عن العمل .
- تكوين تنظيم نسائى حر وقوى .
- إعادة تنظيم لائحة إتحاد الطلاب .
- تعديل الدستور بالطريقة المشروعة .
- توازن السلطات بالدولة عن طريق تعديل قوانين الانتخاب لتكوين مجلس نيابى يعبر عن الشعب ويحمى المكاسب الاشتراكية .

#### المرتكزات الإعلامية للبيان الثانى :

(١) عرض المفاهيم العامة لموضوعات البيان مع الإحالة فى التفصيلات إلى برنامج الحزب المنشور فى جريدة الأهالى، ومنشورات الحزب الانتخابية .

أى أن رئيس الحزب يستخدم أسلوب العرض العام مع إحالة المشاهدين إلى وسائل اتصال أخرى مكملة ومعاونة للاطلاع على التفصيلات والجزئيات، وهو من الأساليب الانتخابية العلمية التى تهدف إلى دفع الناخب إلى التعرض لوسائل انتخابية أخرى مكملة للوسيلة المعروضة وهى (جريدة الحزب - منشورات الحزب) .

(٢) التركيز على الاهتمام بحل مشاكل طبقتى العمال والموظفين بقصد كسب تأييدها الانتخابى .

### **البيان الانتخابي لحزب الاحرار:**

قدم بيانى الحزب (مصطفى كامل مراد) رئيس حزب الاحرار يومى  
الاربعاء ٢٥ مارس واول ابريل ١٩٨٧ .

التحليل الشكلى لمحتوى البيانين :

- بيان مرتجل غير مكتوب .
- استخدام اللغة العامية فى الحديث .
- سلامة الحديث ، وثقة بالنفس .
- متوسط القوة والاقناع .

التحليل الموضوعى لمحتوى البيانين :

- لم يقدم برنامجا إنتخابيا متكاملأ أو خطة إقتصادية شاملة ، واقتصر  
البيان على عرض اقتراحات اقتصادية متنوعة شأنه شأن حزبى الوفد والعمل .
- بالنسبة للاقتصاد :

(إقامة منطقة حرة كبيرة من بورسعيد إلى السويس - إعادة جدولة  
الديون الخارجية وتخفيض أقساط السداد - التركيز على أهمية دور القطاع  
الخاص خاصة فى الاستثمارات - إتباع سياسة الخروج من الوادى عن طريق  
غزو الصحراء من خلال جمعيات تعاونية وتمليك الأراضى المستصلحة  
للمواطنين والشباب - ترشيد القطاع العام) .

- بالنسبة للقضايا السياسية :

- (إلغاء كافة القيود على إنشاء الصحف أو الأحزاب السياسية - الحياد بين  
الكتلتين الأعظم : الشرقية والغربية - حل المشكلة الفلسطينية) .
- لم يتضمن البيان ما يمكن اعتباره من المرتكزات الدعائية إسوة ببيانات  
بقية الأحزاب السياسية .

### **البيان الانتخابي للحزب الوطني:**

قدم بيانى الحزب الوطنى (د. يوسف والى) أمين عام الحزب الوطنى  
يومى الخميس ٢٦ مارس و ٢ إبريل ١٩٨٧ .

التحليل الشكلى لمحتوى البيانين :

- إستخدام الرمز الانتخابى (الهلال) فى خلفية المتحدث .
- إستخدام الشعار الانتخابى للحزب (الديمقراطية - التنمية - الاستقرار) بجوار الرمز الانتخابى .
- تنوع إلقاء، إذ إن البيان كان مقروءاً فى جزء منه وغير مقروء فى الجزء الآخر .

- متوسط القوة والإقناع .

التحليل الموضوعى لمحتوى البيانين :

تضمن البيانان الموضوعات الرئيسية التالية :

❖ الموضوعات السياسية :

إنتهاج الدولة للنظام الجمهورى الرئاسى - الأخذ بمبدأ تعدد الأحزاب  
السياسية - التمسك بنظام الانتخاب بالقائمة النسبية الإيجابية

- الموضوعات الاجتماعية :

(مجانبة التعليم - الاهتمام بالشباب)

❖ الموضوعات الاقتصادية :

يمكن القول إن بيانى الحزب الوطنى لم يقدم برنامجاً اقتصادياً متكاملًا  
إذ تمت الإحالة - فى هذا الصدد - إلى :

❖ الخطة الخمسية الأولى للتنمية : ١٩٨٢ - ١٩٨٧ م .

❖ الخطة الخمسية الثانية للتنمية : ١٩٨٧ - ١٩٩٢ م .

ومن ثم فإن المتحدث لم يعلن أركان ومشمولات الخطة مكتفياً بتلك  
الإحالة . .

إلا أنه تعرض لبعض الملامح العامة للخطة الاقتصادية وتشمل :

- دعم القطاع العام وتطويره .
- مشمول الخطة للبعدين القومى والإقليمى .
- جملة الإنفاق العام بالخطة الخمسية الأولى (٣٧ مليار جنيه)، وبالخطة الثانية مقدر أن تبلغ جملة الأنفاق (٤٦ مليار جنيه) .
- الاهتمام بالتنمية الزراعية :
- تستهدف الخطة الثانية للتنمية إيجاد ٣ ملايين فرصة عمل جديدة فى حين حققت الخطة الأولى ٢ مليون فرصة عمل .
- العمل على زيادة الأجور بزيادة الإنتاج .
- بلغت جملة الإنفاق فى الخطة الأولى على مشروعات الإسكان (٧ مليارات جنيه) .

- تستهدف الخطة الثانية القضاء على ظاهرة مساكن الإيواء .

- الاهتمام بالسياحة ودعم مرافقها .

\* فى مجال النقل والمواصلات :

أنفقت حكومة الحزب الوطنى (٧٢١٩ مليون جنيه خلال أربع سنوات  
فى مجالات : الموانئ البحرية والجوية - الطرق - أسطول النقل البحرى -  
مترو الأنفاق - النداء الآلى : وامتداده إلى ١٠٢ مدينة ) .

\* فى مجال التعليم :

إنفاق ألفى مليون جنيه فى استثمارات : (التعليم - التوسع فى التعليم  
الأزهري) .

\* فى مجال الصحة :

(إستكمال ٤٢٠٠ وحدة صحية فى القرى - تحصين جميع الأطفال ضد الأمراض - إنتاج ٨٣٪ من الأدوية فى مصر) .

#### **المرتكزات الدعائية لبيانى الحزب الوطنى :**

(١) أن الحزب الوطنى هو حزب العمال والفلاحين ، والتمسك بقاعدة الـ ٥٠٪ للعمال والفلاحين .

(٢) أن حكومة الحزب الوطنى أتاحت أكبر قدر من حرية الصحافة لم تشهده مصر من قبل .

(٣) المساواة بين المرأة والرجل فى الحقوق والواجبات .

(٤) توظيف الشعار والرمز الانتخابى فى إلقاء بيانى الحزب .

## **تحليل مقارن للمحتويات الشكلية والموضوعية للبينات الانتخابية للأحزاب السياسية**

بالمقارنة التحليلية لمحتوى البيانات الانتخابية التليفزيونية - الشكلية والموضوعية - للأحزاب السياسية المصرية إبان إنتخابات الفصل التشريعى الخامس (١٩٨٧) فإنه يمكن إجراء المقارنة من خلال العناصر التالية :

### **أولاً: من حيث قوة المتحدث ومدى قدرته على جذب الانتباه والالقاء:**

يأتى فى المرتبة الأولى (خالد محبى الدين) رئيس حزب التجمع ، وفى المرتبة الثانية : يتساوى كل من : فؤاد سراج الدين رئيس حزب الوفد ود. يوسف والى أمين عام الحزب الوطنى ومصطفى كامل مراد رئيس حزب الأحرار، وفى المرتبة الثالثة : إبراهيم شكرى رئيس حزب العمل وفى المرتبة الأخيرة : أحمد الصباحى رئيس حزب الأمة .

### **ثانياً: من حيث استخدام الشعار الانتخابى:**

انفرد باستخدام هذا الاسلوب الحزب الوطنى بينما غفلت بقية الأحزاب عن استخدام شعاراتها الانتخابية إبان إلقاء بياناتها .

### **ثالثاً: من حيث استخدام الرمز الانتخابى للحزب:**

استخدم هذا الأسلوب حزبا (التجمع والوطنى) إذ تم وضع الرموز الانتخابية بشكل واضح وملفت للنظر خلف المتحدث، بينما غفل عن استخدام الرمز الانتخابى أحزاب (الوفد والأحرار والأمة) .

### **رابعاً: من حيث عرض برنامج انتخابى متكامل:**

لم يعرض أى حزب برنامجاً انتخابياً متكاملًا (على النحو المتعارف عليه فى الانتخابات البرلمانية خاصة فى ظل التعددية الحزبية)، وانفرد حزب التجمع عن غيره من الأحزاب الأخرى بتقديم برنامج - إقتصادى - متكامل، بينما أحال الحزب الوطنى إلى خطته الخمسية الأولى فى التنمية واعتبر أن مشروعات



الخطة الخمسية الثانية (١٩٨٧-١٩٩٢) هي برنامجها السياسى والانتخابى، فى حين لم تقدم أحزاب : (الوفد - العمل - الأحرار - الأمة ) أى برامج إنتخابية متكاملة أو برامج جزئية - كشأن حزب التجمع بالنسبة لبرنامجها الاقتصادى - وإنما قدمت بعض الحلول والمقترحات العامة لبعض المجالات السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الدينية .

#### **خامساً: من حيث نقاط الاتفاق بين الأحزاب السياسية:**

اتفقت بيانات الأحزاب السياسية على الموضوعات التالية :

- دعم القطاع العام وتطويره .
- تشجيع القطاع الخاص والاستثمارى الانتاجى .
- مجانية التعليم، والعلاج .
- دعم الوحدة الوطنية .

#### **سادساً: من حيث الفروق الأيدولوجية للسياسات المعلنة للأحزاب:**

يمكن القول إنه ليس هناك فروق جوهرية بين الأيدولوجيات السياسية - المعلنة - للأحزاب الستة المتنافسة فى انتخابات ١٩٨٧ فيما عدا أن حزبى العمل والأمة يركزان- بصفة أساسية - على موضوع «القضية الإسلامية» بينما يركز حزب التجمع على «القضية الاقتصادية» واهتم حزب الوفد بالقضايا السياسية وخاصة «مسألة تعديل الدستور» .

#### **سابعاً: من حيث موضوعات الاختلاف بين أحزاب المعارضة والحزب**

##### **الوطنى:**

اتفقت أحزاب المعارضة (الوفد - التجمع - العمل - الأحرار) على الموضوعات التالية :

- عدم الموافقة على نظام الانتخاب المعاصر (الانتخاب بالقائمة النسبية الإجبارى المدعم بالانتخاب الفردى) .

- إطلاق حرية تكوين الأحزاب السياسية .
- إلغاء قانونى : العيب وحماية الجبهة الداخلية والسلام الاجتماعى .
- تعديل الدستور .

وبطبيعة الحال فإن الحزب الوطنى كان فى موقف المواجهة لأحزاب المعارضة فيما يتعلق بتلك الموضوعات لأنها صدرت بمعرفة حكومة الحزب الوطنى، فى حين لم يتعرض حزب الأمة لتلك الموضوعات فى بياناته الانتخابية .

### **ثامنا: من حيث مواجهة الدعاية الانتخابية المضادة:**

مارست الأحزاب السياسية أسلوب (المهادنة الانتخابية) فيما يتعلق بالموضوعات التى تتخذها الأحزاب الأخرى نقطة انتقاد وهجوم على سياسة الحزب، فاضطرت إلى الاعلان عن مواقف سياسية (انتخابية) تتعارض مع أيدولوجية الحزب وسماته السياسية ومن أمثلة ذلك :

ما تضمنه بيان حزب الوفد من أنه «ليس ضد الاشتراكية وأنه لارجوع عن المكاسب الاجتماعية للعمال والفلاحين» .

تأييد حزب الوفد لقاعدة «الـ ٥٠٪ للعمال والفلاحين» .

تأكيد حزب التجمع على «تشجيع القطاع الخاص» .

تركيز حزب التجمع على «القيم الدينية للمجتمع» .

ولم يجد الباحث إختلافات جذرية لموضوعات البيانات الانتخابية التى بثها التلفزيون خلال إنتخابات ١٩٨٧ وذلك للأسباب التالية :

(١) مقاطعة أحزاب : الوفد والعمل والأحرار للانتخابات بالإضافة إلى جماعات الإخوان المسلمين .

(٢) الأحزاب التى خاضت إنتخابات الفصل التشريعى السادس ١٩٩٠

هى :

- حزب الأغلبية : الحزب الوطنى الديمقراطى .
- حزب واحد من أحزاب المعارضة : حزب التجمع التقدمى  
الوحدوى .

- أربعة من الأحزاب الهامشية هى :

- الأمة - مصر الفتاة - الخضر - الاتحادى الديمقراطى .
- وقد تطابقت إلى حد كبير مشتملات البيان السياسى والمركزات الدعائية  
للحزب الوطنى وحزب التجمع فى انتخابات ١٩٩٠ مع سابقتها فى انتخابات  
١٩٨٧ .
- وبالنسبة للأحزاب الهامشية المذكورة فهى لم تقدم برامج أو شبه برامج  
انتخابية متكاملة . .

### ثانياً: الصحف القومية

يصنف علماء الاتصال وسائل الاتصال المقروءة إلى :

(الصحف القومية - الصحف الحزبية - الصحف المحلية - المجلات)  
وقد اقتضرت الدراسة الميدانية على تحليل التناول الصحفى لموضوع الدعاية  
الانتخابية البرلمانية بالنسبة للنوع الأول من وسائل الاتصال المقروءة وهو  
الصحف القومية للأسباب التالية :

(١) إن الصحف الحزبية - خلال فترة الانتخابات - تحولت من «وسيلة  
إعلامية» إلى «أسلوب» من أساليب الدعاية الحزبية ففقدت بذلك سماتها  
العمومية من التجريد والحياد الإعلامى .

(٢) إن الصحف المحلية تناولت موضوعات الانتخابات من وجهة نظر  
إقليمية لا يمكن تعميم نتائج دراستها وتحليلها .

(٣) إن الصحف القومية قد أفردت مساحات كبيرة لكافة الموضوعات  
الانتخابية، وتبارت فيما بينها لتقديم مادة إعلامية محايدة ومجردة تثير إهتمام  
أكبر عدد ممكن من القراء .

(٤) تنوع تناول الصحفي للعملية الانتخابية إذ استخدمت الصحف  
الثلاث الفنون الصحفية التالية :

(المانشيت - الخبر - التحقيق - المقال - الكاريكاتير) بجانب أفراد أبواب  
خاصة بالانتخابات .

(٥) إن طبعة الإصدار الدورية (أسبوع) للمجلات لم تمكنها من تغطية  
كافة الأحداث والوقائع والإجراءات الانتخابية ومن ثم فإن مادتها التحريرية  
لا تعد كافية للدراسة والتحليل .

### **قواعد تحليل محتوى فن الإصدار الصحفي للعملية الانتخابية :**

- من حيث وسائل الإصدارات الصحفية :

تم إختيار الجرائد القومية الثلاث : الأهرام - الأخبار - الجمهورية)

- من حيث موضوعات التحليل الصحفي :

شملت موضوعات التحليل :

(العناوين الرئيسية - التصريحات الانتخابية - البيانات الانتخابية -  
الأحاديث - التحقيقات - الأخبار - الأعمدة - المقالات - صفحة الرأي -  
الكاريكاتير - الأبواب الخاصة بالانتخاب) .

- من حيث حالة الدراسة :

تناولت الدراسة حالتى انتخابات مجلس الشعب (١٩٨٧ - ١٩٩٠)

- من حيث فترة التحليل :

تم تحليل فترة الدعاية الانتخابية فى انتخابات ١٩٨٧ للأعداد اليومية فى  
الفترة من ١٧ مارس ١٩٨٧ (اليوم التالى لانتهاى أعمال لجان الفصل فى  
الاعتراضات على الترشيحات ) حتى ٦ ابريل عام ١٩٨٧ (تاريخ الانتخاب)  
واتخاذها كحالة مثلى للتحليل للأسباب التالية :

(١) أنها تجمع بين نظامى الانتخاب بالقائمة، ونظام الانتخاب الفردى ومن ثم شهدت تلك «الحالة الدراسية» نوعين من الدعاية الانتخابية (دعاية حزبية جماعية، ودعاية فردية شخصية).

(٢) تعدد أطراف المنافسة الانتخابية : (سنة أحزاب سياسية هي :

الوطنى - الوفد - التجمع - العمل - الأحرار - الأمة ) بالإضافة إلى جماعة الإخوان المسلمين السياسية .

(٣) حدة وشدة المنافسات الانتخابية التى وصلت إلى وجود ظاهرة العنف الانتخابى .

هذا، بعكس الحالة الثانية - للدراسة - وهى حالة انتخابات الفصل التشريعى السادس (١٩٩٠) إذ اتسمت بالسماة التالية :

- فتور التنافس الحزبى إذ خاض المعركة حزبان إثنان فقط : (الوطنى والتجمع) .

- الطابع الفردى والشخصى للدعاية الانتخابية فى ظل نظام الانتخاب الفردى .

الأمر الذى لايشكل ميدانا خصبا للتحليل العلمى . .

## (١) إنتخابات الفصل التشريعى الخامس (١٩٨٧م) :

### جريدة الأهرام

فيما يلى عرض لأشكال وأنماط المواد الإعلامية لجريدة الأهرام عن الانتخابات البرلمانية :

### العناوين الرئيسية (المانشيتات)

تناولت ثلاثة من المانشيتات موضوعات الانتخابات على فترات متفاوتة وهى :

- المانشيت الأول عن بيان رئيس الجمهورية إلى الأمة بمناسبة إجراء انتخابات مجلس الشعب .
- المانشيت الثانى عن أحداث الفتنة الطائفية فى الصعيد (من حديث لوزير الداخلية) .
- الحديث الثالث : عن نتائج لجان الطعون الانتخابية .

### الأخبار :

- نشرت جريدة الأهرام (٣٦) خبرا إنتخابيا فى ١٩ يوما أى بمعدل خبرين إنتخابيين فى اليوم الواحد، وتم تصنيف تلك الأخبار الإنتخابية فيما يلى :
- ١٣ خبرا بنسبة ٣٦٪ من جملة الأخبار عن الدعاوى القضائية الانتخابية وأحكام المحاكم بشأنها .
- ٤ أخبار بنسبة ١١٪ عن إجراءات الترشيع والتنازلات والاعتراضات على المرشحين .
- خبران إثنان بنسبة ٥٥٪ عن الجرائم الانتخابية وأحداث الفتنة الطائفية .
- خبران إثنان بنسبة ٥٥٪ عن الانشقاقات الحزبية بحزب العمل بسبب تحالفه مع الإخوان المسلمين .

- خبر واحد عن الموضوعات التالية:

(تعليقات الصحف الأجنبية عن الانتخابات البرلمانية المصرية - عدم مقاطعة أحزاب المعارضة للانتخابات - مساندة النقابات العمالية لمرشحيها بغض النظر عن انتماءاتهم الحزبية - بدء عرض بيانات الأحزاب السياسية بالتلفزيون .

\* تجاه ابراهيم شكرى من حادث تصادم - ندوة الأهرام عن الانتخابات - عقد لقاءات شعبية للحزب الوطنى يحضرها عدد من الوزراء بعواصم المحافظات ) .

### التحقيقات الصحفية (الريبورتاج)

تناولت الأهرام موضوع الانتخابات من خلال (٣٨) تحقيقا صحفيا عن مجريات الانتخابات والمرشحين والأحزاب إتسمت بالأبعاد الإعلامية التالية :

- تضمن العدد الواحد من الأهرام أكثر من تحقيق، وخصصت صفحتى ٦,٣ للتحقيقات الانتخابية .

- تضمنت تلك التحقيقات ثلاثة أبواب ثابتة عن الانتخابات هى :

(الانتخابات خارج القاهرة - صور برلمانية - برامجهم الانتخابية)

- نشر الأهرام بتلك التحقيقات الانتخابية (١١١) صورة للمرشحين تم حصر «توزيعها الحزبى» كما يلى :

٥٧ صورة لمرشحي الحزب الوطنى بنسبة ٥١,٣٪ من مجموع الصور المنشورة

٣٤ صورة للمرشحين المستقلين بنسبة ٣٠,٦٪ من مجموع الصور المنشورة

٢٠ صورة لمرشحي أحزاب المعارضة بنسبة ١٨٪ (منها ٩ صور لمرشحي الوفد بنسبة ٤٥٪ من جملة صور المعارضة، ٨٪ من جملة الصورة المنشورة

«من بينها صورة واحدة لرئيس حزب الوفد» - ٦ صور لمرشحي التحالف بنسبة ٣٠٪ من صور المعارضة، ٥٤٪ من مجلة المصور المنشورة «من بينها صورتان لرئيس حزب العمل» - ٥ صور لمرشحي حزب التجمع بنسبة ٢٥٪ من صور المعارضة، ٤٥٪ من إجمالي الصور «من بينها صورتان لرئيس حزب التجمع»

وفيما يلي أهم ما تناولته تلك التحقيقات من متركزات إعلامية عن الانتخابات (مرتبة بحسب أهمية وتكرار العرض).

(مواقف المرشحين والأحزاب في كافة الدوائر الانتخابية - أعداد المتقدمين للترشيح ومقارنة مرشحي الأحزاب والمستقلين، والانتماءات الحقيقية للمستقلين - البرامج الانتخابية للمرشحين - الطعون الانتخابية - تجاوزات المعارضة والأساليب غير المشروعة في الدعاية - هموم ومشاكل المقعد الفردي - التأييد الجماهيري للحزب الوطني - الإنشقاكات السياسية داخل حزب العمل بسبب تحالفه مع جماعة الإخوان - رموز الأحزاب الخمسة الانتخابية - جرائم الانتخاب - استعدادات الجهة الادارية لإجراء الانتخابات - إرشادات للمواطنين عن كيفية الإدلاء بالصوت الانتخابي).

### التصريحات

نشرت الأهرام ١٧ تصريحاً انتخابياً في ١٩ يوماً أى بمعدل تصريح واحد تقريباً في اليوم الواحد، وهى :

٧ تصريحات لمدير الإدارة العامة للانتخابات بوزارة الداخلية عن : (إجراءات الترشيح والتنازل والطعون وبطاقات الترشيح - إزالة الملصقات الانتخابية التى تحمل شعارات لجماعات أو منظمات غير شرعية - ندب ٤٣ ألف موظف عام لمباشرة الإشراف على الانتخابات فى ٢١ لجنة إنتخابية).

٤ تصريحات لوزير الداخلية عن :

(عدم التسامح مع مشيرى الفتنة الطائفية - حرص الشرطة على دعم مناخ



الأمن والديمقراطية - لاتغيير فى دوائر الانتخاب - ضم أحد القضاة إلى لجنة إعداد نتائج الانتخابات).

٢ تصريحان لرئيس الوزراء عن :

(إنحياز شعب مصر للحزب الوطنى - الحزب الوطنى يمثل غالبية المصريين (تصريح واحد) لكل من :

\* أمين الحزب الوطنى عن قرارات جديدة لرفع المعاناة عن المواطنين، ولا ديمقراطية بغير معارضة قوية .

\* وزير الأوقاف ع خطة لتحرك علماء المسلمين والمسيحيين للتوعية بخطورة استغلال الأديان فى أحداث الفتنة الطائفية والحرص على المشاركة فى الانتخابات باعتبارها واجبا وطنيا .

\* رئيس حزب العمل عن الانتشار الحزبى لأعضاء حزب العمل فى كافة الدوائر .

### **البيانات الانتخابية:**

عرضت الأهرام لبيانين صادرين عن نقابة الصحفيين :

(الأول ضد محاولات إشعال الفتنة الطائفية، والثانى عن أسف النقابة لتجاوزات رجال الأمن ضد بعض الزملاء من الصحفيين أثناء تغطية أحداث الفتنة الطائفية) .

### **أعمدة المقالات الثابتة:**

تعرض كتاب الأعمدة بالأهرام لموضوع الانتخابات فى سبعة مواضع

هى :

- صلاح منتصر (مجرد رأى) فى مرتين الأولى بعنوان «أوكازيون الوعود

الانتخابية والثانية بعنوان «يوم الديمقراطية» .

- زكريا نبيل (وجهة نظر) بعنوان : «عن الانتخابات»
- محمد باشا (وجهة نظر) بعنوان «الأمانة»
- نجيب محفوظ (ماذا يقول الغد) بعنوان : «الانتخاب إمتحان للأحزاب ومرشحيها وللتأخيين وللدولة أيضا» .
- ثروت أباظة (صفحة الأدب) بعنوان : «اتق الله يا بهاء . . .» وقد انتقد الكاتب فى عموده (أحمد بهاء الدين) لمناصرته لرئيس حزب التجمع ( خالد محيى الدين ) .
- (رأى الأهرام) : بعنوان : «نظرة على المستقبل» .

### المقالات:

- نشرت الأهرام ثمانية مقالات، بيانها كالتالى :
- ٤ مقالات افتتاحية لرئيس تحرير الأهرام عن :
- (المعركة الانتخابية : الحلم والواقع - أحزاب بلا برامج وبرامج بلا أحزاب - لاتلعبوا بالنار : الأسلحة غير المشروعة فى الانتخابات - يوم الاختيار : المشاركة والاختيار الوطنى )
- (مقالين ) بقلم د . بطرس غالى الأول عن «فلسفة الحزب الوطنى الديمقراطى والثانى عن الأصول التاريخية للحزب الوطنى الديمقراطى .
- (مقالا واحداً) لكل من :
- فريد عبد الكريم (الحزب الاشتراكى العربى الناصرى تحت التأسيس)
- إنجى رشدى (المرأة فى الانتخابات)

### صفحة الراى:

- نشرت صفحة الراى أربعة مقالات لأربعة من الكتاب والمفكرين :
- صلاح حافظ (معركة إسقاط الدستور بين أحزاب التحالف وأحزاب التخالف)

- د . بكر القباني (الناخبون ودورهم فى السادس من إبريل)
- لطفى الخولى (الله والوطن والديمقراطية والتحالف الإسلامى )
- (الحزب الوطنى يحل مشاكل المواطنين - يجب أن ترتفع الأحزاب عن المهاترات والمزايدات ) .

### **الكاريكاتير**

نشرت الأهرام ثمانية رسوم كاريكاتيرية عن الانتخابات، تم تصنيف موضوعاتها فيما يلى :

- ٣ عن الوعود الانتخابية الكاذبة
- ٣ عن سوء تصرف أو فساد بعض المرشحين
- ١ عن معاداة الرجل لترشيح المرأة
- ١ عن الدعم المادى من شركات توظيف الأموال لبعض المرشحين من جماعات الإخوان والتيارات الإسلامية

### **جريدة الأخبار وأخبار اليوم**

- أنماط وأشكال للتحرير الصحفى لجريدة الأخبار لموضوع الانتخاب :
- العناوين الرئيسية (المانشئات ) :
- رصدت الدراسة ثلاثة عناوين رئيسية (مانشيت) أثناء فترة الانتخابات هى :
- الشرطة لن تتسامح مع مثيرى الفتنة الطائفية ( عن حديث وزير الداخلية)

- القضاء ينظر طعون قوائم التحالف :
- القوائم الحزبية تعتبر نهائية من غد : ١٧٠٠ مرشح بالقوائم ، ٢٠٠٠ مرشح فردى .

## الأخبار الانتخابية

نشرت جريدة الأخبار (٤٣) خبرا انتخابيا تم تصنيفها فيما يلي :

٧ أخبار عن الاحكام القضائية المتعلقة بالطعون الانتخابية

٥ أخبار عن تنازل بعض المرشحين

٥ أخبار عن الأحداث الإدارية للانتخابات

٥ أخبار عن المؤتمرات الانتخابية للحزب الوطنى

٤ أخبار عن الحوادث والجرائم الانتخابية

٣ أخبار عن إذاعة بيانات الأحزاب بالتليفزيون

١ (خبرا واحدا) عن مؤتمر إنتخابى لأحزاب المعارضة

وباقى الأخبار - المنفردة - عن الموضوعات التالية :

(فصل بعض أعضاء الحزب الوطنى لعدم الالتزام الحزبى - شركات  
توظيف الأموال تشتري الدولار وتدعم مرشحي التيارات الاسلامية - مرشح  
مستقل يطلب عقد مناظرة مع وزير النقل والمواصلات - أحداث الفتنة الطائفية  
- الجرائم الانتخابية - مؤازرة لاعبى الكرة لأحد المرشحين - قيام محافظ  
الدقهلية بعقد ندوات لشرح قانون الانتخاب الجديد - شكوى حزب التجمع  
ضد محافظ الغربية - أمين الحزب الوطنى يفتح ملفات رئيس حزب العمل مع  
قيادات الاخوان المسلمين).

## التحقيقات الصحفية (الريبورتاج)

أجرت جريدة الأخبار ٥٣ تحقيقا صحفيا عن الانتخابات البرلمانية تم  
رصد المحتوى الموضوعى لتلك التحقيقات فيما يلي :

(١) تصنيف التحقيقات الانتخابية :

٢٧ تحقيقا عن مجريات الانتخابات فى كافة الدوائر

١٠. تحقيقات عن الطرائف الانتخابية

٨. تحقيقات عن الوجوه الجديدة من المرشحين

٢. تحقيقان عن مؤتمرات الحزب الوطنى

(تحقيق واحد) عن الموضوعات التالية :

غرفة عمليات الانتخابات - الجديد والمستحدث فى الدعايات الانتخابية

- امرأة - مستقلة - تواجه ٧١ رجلا فى الاسكندرية - د . رفعت المحجوب

يرد على المعارضة - الرموز الانتخابية - تفنيد مزاعم المعارضة عن تزوير

الانتخابات - الفيديو فى المعركة الانتخابية )

(٢) أفردت الأخبار أربعة أبواب خاصة عن الانتخابات هى :

(وجوه جديدة - أخبار إنتخابية : وانصبت على الابتكرات الدعائية -

طرائف إنتخابية - الشارع الانتخابى )

(٣) نشرت الأخبار (٨٧) صورة للمرشحين من كافة الاتجاهات

والأحزاب وفقا للتصنيف التالى :

- ٤٤ صورة للمرشحين المستقلين بنسبة ٥٠٪ من مجموع الصور

المنشورة .

- ٣٠ صورة لمرشحي الحزب الوطنى بنسبة ٣٤٪ من مجموع الصور

المنشورة

- ١٣ صورة لمرشحي أحزاب المعارضة بنسبة ١٥٪ من مجموع الصور

المنشورة

- ٥ صور لمرشحي حزب التجمع بنسبة ٣٨٪ من صور المعارضة،

٥٧٪ من مجموع الصور - ٤ صور لمرشحي الوفد بنسبة ٣١٪ من صور

المعارضة، ٤٦٪ من مجموع الصور - ٣ صور لمرشحي التحالف بنسبة ٢٣٪

من صور المعارضة، ٣٥٪ من مجموع الصور - صورة واحدة لمرشح حزب

الأمة (رئيس الحزب) بنسبة ٧٧٪ من صور المعارضة، ١٢٪ من مجموع الصور)

### التصريحات الانتخابية

نشرت الأخبار (عشرة تصريحات إنتخابية) موزعة كما يلي :

- (٤) تصريحات لمدير الادارة العامة للانتخابات (عن الاجراءات الانتخابية)

- (٢) تصريح لوزير الداخلية (الأول عن عدم السماح بخروج الدعايات الانتخابية عن الشرعية والثاني عن استخدام الحاسب الآلى (الكمبيوتر) فى عمليات فرز الأصوات).

- (تصريح واحد) لكل من :

\* أمين الحزب الوطنى عن أن المؤتمرات الشعبية للحزب هدفها التعرف على رغبات الجماهير .

\* رئيس لجنة العلاقات الخارجية بمجلس الشعب ، عن أن دعاية الحزب الوطنى تتمثل فى انجازاته الجماهيرية .

\* يس سراج الدين (نائب رئيس حزب الوفد ) عن تأمين ورعاية الشرطة لمؤتمر الوفد بعابدين .

\* وزير الاعلام عن إتاحة الفرصة كاملة لكل الأحزاب لمخاطبة الشعب عبر التلفزيون .

### الاعمدة:

فيما يلي عرض للأعمدة الثابتة لكتاب رأى بالأخبار والموضوعات الانتخابية التى عرضت من خلالها .

- ( نصفة كلمة - أحمد رجب ) وتناول - فى خمسة مواضع - السخرية من وعود المرشحين الكاذبة وجهل بعض المرشحين للقراءة والكتابة .

- يوميات الأخبار : وتناول كتاب اليوميات الموضوعات الانتخابية

التالية :

\* وجيه أبو ذكرى : (التجمع وشعارات بولاق)

\* موسى صبرى (انقاذ ما يمكن انقاذه )

\* اسماعيل النقيب (تشويه الجدران والشوارع بالملصقات )

\* نبيل زكى (هادئون كرماء)

- فكرة (مصطفى أمين) وقد تناول فيها نقد قانون الانتخاب فى ثلاثة  
مواضع ونقد ما سماه بغزل الحكومة للشعب بمناسبة الانتخابات .

- نحو الغد (حسين فهمى ) عن شرعية بعض التيارات والاتجاهات  
السياسية ووجوب منحها الحق فى تكوين الاحزاب فى (موضعين )

- لقطات برلمانية (عبد الفاح الديب) فى موضعين الاول عن انتقاد كثرة  
عدد المرشحين والثانى عن تأييد قيادات الحزب الوطنى .

- علامة إستفهام (عبد السلام داود) عن حسن الاختيار .

- كل يوم (مصطفى حسن) عن الشعارات البراقة .

### المقالات :

نشرت الأخبار (إثنى عشر) مقالا إنتخابيا على الوجه التالى :

(٤) مقالات بقلم (محمود عبد المنعم مراد) بعنوان «كلمات» تناولت  
ديمقراطية الانتخابات .

(٢) مقال «إفتتاحى» الاول بقلم (سعيد سنبل) عن تحليل مواقف  
المعارضة والثانى بقلم (موسى صبرى) عن الانتخابات والتلوث والفتنة .

(مقال واحد) لكل من :

- (موسى صبرى) بعنوان : لعلهم يعتبرون (يتضمن انتقادات شديدة

لحزب الوفد).

- (نبيل أباطة) بعنوان : النعمة الصحيحة
- (جاد الحق جاد الحق- شيخ الازهر) ضد الفتنة الطائفية
- (الانبا شنودة) فى حب الوطن
- (محمود السعدنى) : ابن الدائرة

### **صفحة الراى:**

- نشرت الأخبار - بصفحة الراى - ثلاثة مقالات لكل من :
- لمعى المطيعى : عن الانتخابات وعودة الخوف على ٢٣ يوليو
- سعد كامل : عن الظواهر السياسية - منشور انتخابى قبل المعركة
- أحمد يحيى عبد الفتاح : القضايا القومية والنشاط الحزبى

### **الكاريكاتير**

إنفردت الأخبار بخلق شخصيات كاريكاتيرية إنتخابية، وقامت بنشر وتصوير (١٥) رسما كاريكاتيريا (منها ١٣ كاريكاتيرا لـ «مصطفى حسين» واثان لقراء الأخبار : عن شخصيات مصطفى حسين الكاريكاتيرية) وتناولت تلك الرسوم الكاريكاتيرية الموضوعات التالية :

(تفاهة البرامج الانتخابية للمرشحين - البلطجة الانتخابية - الوعود الكاذبة - فساد بعض المرشحين - الرشاوي الانتخابية) وجدير بالذكر أن جريدة الأخبار قد اعتمدت على أسلوب «الانتقادات الانتخابية» فى معرض تناول الاعلامى من خلال أنماط التحرير السالف الإشارة إليها وذلك بالنسبة لمسألتين :

**الأولى :** وتمثل إنتقادا عاما لغالبية المرشحين عن سوء استخدام ميكروفونات الدعاية والاثر السلبى لذلك على الطلبة ابان فترة المذاكرة .

**الثانية :** إنتقاد أحد مرشحي الحزب الوطنى (رئيس هيئة الكهرباء) وذلك لقيام أنصاره بتركيب مجسم إعلانى مضى له فى أحد الميادين باعتبار أن هذا



الاسلوب الدعائي يعبر عن سوء استغلال الوظيفة وعن سوء ترشيد استخدام الكهرباء .

### **جريدة الجمهورية**

تمثلت أبعاد الاشكال التحريرية لموضوعات الدعاية الانتخابية لجريدة الجمهورية في أنماط التحرير التالية :

#### **العناوين الرئيسية (المانشيت):**

تناولت الجمهورية موضوع الانتخابات من خلال ثلاثة مانشيتات رئيسية تضمنت تصريحات لرئيس الجمهورية، وكانت نصوصها :  
(أنا مع كل الأحزاب لمصلحة الشعب - الاستقرار .. التصدي للفتنة - مبارك للأمة : صوتك لدعم الاستقرار ) .

#### **الاخبار الانتخابية :**

- نشرت الجمهورية (٥١) خبرا عن الانتخابات وفقا للتصنيف التالي :
- (١٢) خبرا عن مواعيد اذاعة البيانات الانتخابية للأحزاب السياسية في التلفزيون (سنة أحزاب X مرتين للبث التلفزيوني)
- (٩) أخبار عن القضايا والاحكام المتعلقة بالانتخابات
- (٧) أخبار عن الطعون الانتخابية
- (٧) أخبار عن المؤتمرات الانتخابية للحزب الوطني
- (٥) أخبار عن تنازلات بعض المرشحين عن الترشيح
- (٤) أخبار عن الاجراءات الادارية للانتخابات
- (٣) أخبار عن استقالات بعض أعضاء أحزاب المعارضة من أحزابهم
- (٢) خبر عن الحوادث الانتخابية
- (خبر واحد ) عن :

- محاربة أجهزة الأوقاف للشائعات الانتخابية
- استعدادات الامانة العامة لمجلس الشعب لاستقبال أعضاء المجلس
- الجدد .

### التحقيقات (الريورتاجات) :

أجرت جريدة الجمهورية (٦١) تحقيقا صحفيا عن الانتخابات، رصدت الدراسة المرتكزات الاعلامية لتلك التحقيقات الصحفية فيما يلي :

(١) التصنيف النوعي للتحقيقات الصحفية : وشملت :

- ٣٨ تحقيقا عن موقف المرشحين والأحزاب بكافة الدوائر الانتخابية
- ٩ تحقيقات عن الوجوه الجديدة من المرشحين عن كافة الاتجاهات السياسية

- ٢ تحقيق عن انخفاض نسبة المرشحات من المرأة بالقوائم

- ٢ تحقيق عن الجرائم والحوادث الانتخابية

- ٢ تحقيق عن اسماء وصفات وبرامج واتجاهات مرشحي كل من (حزب الوفد - التيار الإسلامى)

- ٨ تحقيقات - منفردة - عن :

(أعداد المرشحين وتوزيعاتهم الحزبية - التنازلات - الاجراءات الادارية للعملية الانتخابية )

(٢) الأبواب الخاصة بالانتخابات :

تضمنت التحقيقات الصحفية (ثمانية) أبواب خاصة بالانتخابات بصفة يومية طوال فترة الدعاية الانتخابية وهى :

- (ناخبون ومرشحون - دليل الناخب الذكى - طريق الديمقراطية - الديمقراطية فى العالم - وجه انتخابى - ديمقراطية زمان - لقطة انتخابية - سؤال وخمس اجابات )

(٣) صور المرشحين :

نشرت الجمهورية صوراً شخصية لـ (١٧٦) مرشحاً وفق الانتماءات الحزبية التالية :

٧٥ مرشحاً مستقلاً بنسبة ٤٢٫٦٪ من مجموع الصور المنشورة  
٦٧ مرشحاً من الحزب الوطنى بنسبة ٣٨٪ من مجموع الصور المنشورة  
٣٤ مرشحاً من أحزاب المعارضة بنسبة ١٩٫٣٪ من مجموع الصور المنشورة

(يخص مرشحي كل من الوفد والتحالف - على حدة - ١٢ صورة بنسبة ٥٣٫٣٪ من اجمالى صور المعارضة، ٦٫٨٪ من اجمالى الصور المنشورة - ويخص حزب التجمع ٧ صور بنسبة ٢٠٫٥٪ من اجمالى صور المعارضة، ٤٪ من مجموع الصور المنشورة - و ٣ صور لحزب الأمة بنسبة ٨٫٨٪ من صور المعارضة، ١٫٧٪ من اجمالى الصور المنشورة).

**التصريحات**

نشرت الجمهورية أربعة تصريحات انتخابية هي :

- تصريح للرئيس الأمريكى السابق (جيمى كارتر) عن أن الديمقراطية فى مصر جديرة بالاعجاب وذلك أثناء زيارة خاصة قام بها لمصر إبان فترة الانتخابات .

- تصريح لوزير الاعلام (صفوت الشريف) عن إتاحة فرص متساوية للأحزاب السياسية فى إلقاء بياناتها السياسية عبر التلفزيون لفترتين كل فترة عشرون دقيقة .

- تصريح لوزير الداخلية عن حياد الشرطة فى الانتخابات .

- تصريح للأنبا شنودة عن حق المواطنين على المشاركة فى التصويت باعتباره واجباً مقدساً .

### البيانات

نشرت الجمهورية بيانا واحدا - فى مستهل فترة الانتخابات - صادر عن  
أحزاب المعارضة تعلن فيه عن مشاركتها فى الانتخابات البرلمانية .

### الاعمدة

تناولت أعمدة الرأى بالجمهورية قضية الانتخابات فى سبعة مواضع هى :

٣ أعمدة رأى (كلمة حب) بقلم محمد الحيوان

عمود واحد لكل من :

[صالح إبراهيم «إشارة» - محمد العزبى «عيون» - محسن محمد «من  
القلب» - كامل زهيرى «من ثقب الباب»]

### المقالات

نشرت الجمهورية ثمانية مقالات انتخابية كان من بينها مقال الافتتاحية  
(مطلوب مراجعة ديمقراطية - بقلم : محفوظ الانصارى) وبقية المقالات داخلية  
وهى :

[مقاييس الانتخابات : د. محمد عمارة - الانتخابات : صلاح عزام -  
أمانة مسئولية العمل الوطنى : د. فرغلى جاد أحمد - سلوكيات المعركة  
الانتخابية : د. صبرى النجار - هذا يوم الامانة : حافظ محمود].

### صفحة الرأى

خصصت الجمهورية صفحة الرأى ( فى أحد عشر يوما من ١٩ يوما )  
للانتخابات البرلمانية على الشكل التالى :

- أتاح لعدد ٢ قارئ نشر مقالين عن الانتخابات  
- توفير مساحة كبيرة لصفحة الرأى كانت تبلغ - فى المتوسط - نصف  
صفحة .

- إتاحة الفرصة لأكبر عدد من القراء فى التعبير عن آرائهم وأفكارهم وتعليقاتهم، وكان لتعليقات القراء - الساخرة - أكبر قدر من النشر بتلك الصفحة .

### **الكاريكاتير :**

نشرت الجمهورية تسعة رسوم كاريكاتيرية عن الانتخابات منها ٤ رسوم عن الممارسات الانتخابية غير المشروعة ورسمان عن الرشاوى الانتخابية والوعود الكاذبة ورسوم واحد عن : (عدم كفاءة المرشحين - الرموز الانتخابية - القوائم الانتخابية ) .

### **مقارنة المراكز الاعلامية للصحف القومية فى التغطية الصحفية**

#### **للانتخابات :**

بدراسة وتحليل مفردات التحرير الصحفى لجرائد الأخبار والأهرام والجمهورية يتبين أنها تشترك فى سمات إعلامية عامة بالنسبة لموضوعات الانتخابات البرلمانية وفى ذات الوقت فإنها تختلف فيما بينها بالنسبة لأسس ومشتملات واتجاهات التغطية الاعلامية للانتخابات البرلمانية .

### **السمات العامة للتغطية الاعلامية للصحف القومية :**

بتحليل المحتوى الموضوعى والشكلى لمفردات التحرير الصحفى «السالف ذكرها» للجرائد القومية الثلاث : (الأهرام - الأخبار - الجمهورية) تبين أنها تشترك فى سمات عامة إزاء تناولها الاعلامى لموضوع الانتخابات البرلمانية وهذه السمات العامة هى :

الأهمية - الموضوعية - الشمولية .

فمن حيث الأهمية :

- قامت الجرائد الثلاث بتغطية الاحداث والموضوعات والاجراءات الانتخابية تغطية يومية ومتتالية أثناء فترة الانتخابات .
- كما قامت بتخصيص مساحات كبيرة لموضوعات الدعاية كانت تمثل

حوالى ٢٥٪ - فى المتوسط - من من المساحة الكلية للجريدة فى بداية فترة الانتخابات وصلت الى ٧٥٪ - فى المتوسط - من مساحة الجريدة فى نهاية فترة الانتخابات وخلال الأيام السابقة على التصويت .

- خصصت الجرائد الثلاث أبواباً ثابتة «يومية» عن الانتخابات .

ومن حيث الشمولية :

تنوعت أشكال وأنماط التحرير الصحفى بالنسبة للانتخابات إذ شارك فى العرض الإعلامى للانتخابات كل فنون التحرير الصحفى بالجرائد الثلاث : (التحقيقات - الأخبار - الأعمدة - المقالات - صفحة الرأى - الكاريكاتير) .

ومن حيث الموضوعية :

يرى البعض <sup>(٥)</sup> «أن الصحف القومية الثلاث قد انحازت إلى الحزب الوطنى فى انتخابات ١٩٨٧ وأنها كانت تغفل مرشحي أحزاب المعارضة وتركز على مرشحي الحزب الوطنى » .

ولا يمكن التسليم بتلك المقولة، إذ تبين من الدراسة أن الصحف القومية الثلاث قد تناولت موضوعات الانتخابات (وما يتصل بها من إجراءات وأحداث وتصريحات ومواقف انتخابية) بموضوعية كاملة .

وقبل بيان المؤشرات الموضوعية التى اتسمت بها الصحف الثلاث يجب بداءة عرض الحقائق التالية :

لا يمكن أن تتناول الصحف القومية فى بلد ما الانتخابات الحزبية بقدر متساو فى (المساحة والعرض والتعليق والدراسة) ذلك أن الأحزاب السياسية ليست متساوية فى (المسؤولية والأهمية والحجم) على الإطلاق، فالتناول الإعلامى الموضوعى هو التناول «النسبى» وليس «المتساوى» إذ إن أهمية وحجم ومساحة التحرير الصحفى يجب أن «تناسب» مع حجم وقوة كل حزب . .

فمن حيث المسؤولية :

هناك فارق كبير بين الحزب الذى يتولى المسؤولية من ناحية وبين أحزاب

المعارضة من ناحية أخرى، بل إنه فى إطار أحزاب المعارضة هناك فروق كبيرة بين الحزب الذى يتولى زعامة المعارضة وأحزاب المعارضة الأخرى، ويزيد من أهمية الحزب وقدره عندما يكون رئيس الحزب هو رئيس الجمهورية (كما هو الشأن فى حالة الدراسة) الأمر الذى يترتب عليه - بالضرورة - أن تزيد مساحة وأهمية مفردات التحرير الصحفى - بالنسبة لهذا الحزب - عن غيره من الأحزاب الأخرى .

ومن حيث عدد أعضاء الحزب :

فالأحزاب ذات العضوية الكبيرة تستأثر - دائما - باهتمامات الصحف عن الأحزاب الصغيرة .

ومن حيث عدد المرشحين :

لا يمكن المساواة بين حزب لم يتمكن من التقدم بالترشيح فى كل الدوائر الانتخابية لعدم وجود كوادر شعبية كافية لديه وبين حزب استطاع بالكاد أن يعثر على مرشحين يستكمل بهم قوائمه الانتخابية «شكليا» ، وبين حزب ثالث لديه فائض من الكوادر الحزبية يزيد عن المتاح من الترشيحات، ومن ثم فإن كل حزب من الأنواع الثلاثة المذكورة سوف يشغل مساحة تحريرية بالصحف القومية تتناسب مع عدد مرشحيه، وهذا ما قامت به بالفعل الصحف القومية إبان انتخابات ١٩٨٧ .

ومن حيث الأغلبية البرلمانية :

فإن الحزب الذى توافرت له أغلبية برلمانية فى البرلمانات السابقة لابد أن تشغل أخباره وتحركاته ومواقفه السياسية مساحة إعلامية أكبر من الأحزاب الأخرى التى لم تتوافر لها أغلبية برلمانية، وتلك أيضا تكون فى موقع إعلامى أفضل من الأحزاب الأخرى الهامشية التى ليس لها ممثلون بالبرلمان على الإطلاق! وينعكس هذا الاهتمام الإعلامى - بطبيعة الحال - على أنشطة الحزب الانتخابية إبان فترة الانتخابات .

ويؤكد هذا المعنى ما قرره رئيس أحد الأحزاب الصغيرة - في هذا الصدد -  
ردا على سؤال عن توقع أن يفوز أحد من مرشحي حزبه بمقعد برلماني  
فأجاب :

«بصراحة لا أتوقع ذلك .. لم أكن أحلم بهذا الهيلمان .. رئيس  
حزب .. صحف ومؤتمرات .. وجنبا إلى جنب مع رؤساء الأحزاب، لم  
أكن أحلم بذلك ولا أصدق نفسي» ( حديث انتخابي أجرته مجلة أكتوبر  
(العدد ٧٣٣ في ١١/١١/١٩٩٠) مع أحمد الصباحي رئيس حزب الأمة ) .

### **الدلائل والمؤشرات العملية لموضوعية الصحف القومية :**

فيما يلي عرض لبعض الامثلة من المؤشرات والدلائل العملية للنهج  
الموضوعي الذي اتسمت به الصحف القومية بين الأحزاب والقوى السياسية ابان  
فترة الانتخابات البرلمانية ٢٩٨٧ :

أ - بالنسبة لجريدة الأهرام :

- نشرت الأهرام (١١١) صورة شخصية للمرشحين من بينها (٥٧)  
صورة لمرشحي الحزب الوطنى بنسبة ٥١٣٪ ، ٥٤ صورة للمستقلين ومرشحي  
أحزاب المعارضة بنسبة ٤٨٦٪ ، ومنها صورتان لكل من رئيس حزبى العمل  
والتجمع .

- نشرت (١٧) تصريحاً للوزراء والمسؤولين فى فترة الانتخابات من بينها  
تصريح لرئيس حزب العمل (بالصفحة الأولى ) عن الانتشار الحزبى لأعضاء  
حزب العمل فى كافة الدوائر .

- نشر مقال لوكيل مؤسسى الحزب الاشتراكى الناصرى بعنوان :  
«الحزب الاشتراكى العربى الناصرى تحت التأسيس» .

ب - بالنسبة لجريدة الأخبار :

- نشر شكوى حزب التجمع ضد محافظ الغربية



- نشر مطلب مرشح مستقل فى اجراء مناظرة انتخابية مع وزير النقل والمواصلات .

- نشرت الاخبار عشرة تصريحات انتخابية من بينها تصريح لـ «يس سراج الدين» نائب رئيس حزب الوفد الجديد .

- انتقاد مرشح الحزب الوطنى (رئيس هيئة الكهرباء) بسبب استخدام مجسم إعلاني مضمي له بأحد الميادين .

- جملة صور المرشحين التى نشرتها الاخبار (٨٧) صورة من بينها (٣٠) صورة لمرشحي الحزب الوطنى بنسبة ٣٤ر٥٪ فى حين نشرت صوراً للمرشحين المستقلين ومرشحي أحزاب المعارضة بلغت (٥٧) صورة بنسبة ٦٥ر٥٪

جـ - بالنسبة لجريدة الجمهورية :

- البيان الانتخابى الوحيد الذى نشرته كان صادرا عن أحزاب المعارضة بشأن الإعلان عن مشاركتها فى الانتخابات .

- تولت الإعلام عن مواعيد اذاعة البيانات الانتخابية لكل الاحزاب بالتليفزيون دون تفرقة بينها فى مكان ومساحة النشر فى هذا الصدد .

- قامت بنشر (٦١) تحقيقا صحفيا عن الانتخابات كان من بينها تحقيق كامل عن حزب الوفد (تاريخه السياسى - برامجه - مرشحيه) وتحقيق آخر - منفردا - عن الاخوان المسلمين .

- نشرت الجمهورية (١٧٦) صورة للمرشحين كان من بينها (٦٧) صورة لمرشحي الحزب الوطنى بنسبة ٣٨٪ من مجموع الصور فى حين نشرت ١٠٩ صور لمرشحي أحزاب المعارضة والمستقلين بنسبة ٦١ر٩٪

### **إختلافات الأبعاد الإعلامية للصحف القومية إزاء الانتخابات البرلمانية**

فيما يلى عرض لأوجه الاختلاف والتبيان لأنماط التحرير الصحفى للجرائد الثلاث بالنسبة لموضوع الانتخابات البرلمانية .

### **اولا : العناوين الرئيسية (المانشيت) :**

نشرت الجرائد الثلاث ثلاثة عناوين رئيسية تنوعت موضوعاتها فى جريدتى الأهرام والأخبار فى حين أنها كانت فى جريدة الجمهورية مقتطفات من أحاديث رئيس الجمهورية .

### **ثانيا : الاخبار الانتخابية :**

اهتمت الجمهورية بالأخبار الانتخابية المتنوعة إذ نشرت (٥١) خبرا انتخابيا تلتها جريدة الاخبار : ( ٤٣ ) خبرا متنوعا، فى حين نشرت جريدة الاهرام - ٣٦ خبرا ركزت فيها على الأخبار القضائية بنسبة ٣٦٪ وعلى الأخبار المتعلقة باجراءات الترشيح (١١٪) .

### **ثالثا : التحقيقات :**

أجرت الجمهورية ٦١ تحقيقا انتخابيا ركزت فيها على الموقف الانتخابى للمرشحين من الأفراد، والأحزاب بنسبة ٦٢٪ من جملة التحقيقات بينما نشرت جريدة الأخبار ٥٣ تحقيقا ركزت فيها على الطرائف والنوادر الانتخابية وعلى الموقف الانتخابى للمرشحين والأحزاب بكافة الدوائر، بينما أجرت الأهرام ٣٨ تحقيقا اهتمت فى جانب كبير منها بالأرقام والنسب الاحصائية المتعلقة بالمرشحين من حيث : الصفات - الانتماءات الحزبية - الأعمار - سابقة العضوية بالبرلمان - الانتماءات السياسية الحقيقية للمستقلين - مشاكل المقعد الفردى .

### **رابعا : صور المرشحين :**

احتلت الجمهورية المرتبة الأولى فى كثرة الصور التى نشرتها للمرشحين ١٧٦ صورة تلتها جريدة الأهرام ١١١ صورة ثم الاخبار ٨٧ صورة فضلا عن أن الجمهورية هى الصحيفة القومية الوحيدة التى انخفضت لديها نسب نشر صور مرشحي الحزب الوطنى اذ بلغت ٣٨٪ فقط من جملة الصور الشخصية التى نشرتها الجمهورية للمرشحين وكانت صور المرشحين من الاحزاب الاخرى

والمستقلين تبلغ ٦٢٪ من جملة الصور المنشورة بجريدتى الاهرام والأخبار وتبلغ حوالى ٥٠٪ من مجموع الصور المنشورة .

#### **خامسا : الابواب الانتخابية :**

كانت الجمهورية أكثر الجرائد القومية تخصيصا للابواب الثابتة عن الانتخابات البرلمانية اذ نشرت - بصفة يومية - ثمانية ابواب انتخابية هى : ١ - ناخبون ومرشحون : لتغطية كافة الدوائر الانتخابية ٢- دليل الناخب الذكى : اشركت فيه الجمهورية مجموعة لابس بها من القراء لابداء آرائهم فى صفات المرشح المفضل لديهم ٣ - طريق الديمقراطية ٤ - الديمقراطية فى العالم : قدمت من خلاله عرضا موجزا للانظمة السياسية والانتخابية العديد من الدول ٥ - وجه انتخابى : وكانت فى أغلبها عن الوجوه الجديدة ٦ - ديمقراطية زمان : مقتطفات من مظاهر الديمقراطية فى النصف الاول من القرن التاسع عشر ٧ - لقطة انتخابية ٨ - سؤال وخمس اجابات : عن الاجراءات وقانون الانتخاب .

فى حين قدمت الأخبار أربعة ابواب خاصة بالانتخابات : (وجوه جديدة - أخبار انتخابية - طرائف انتخابية - الشارع الانتخابى) وقدمت الاهرام ثلاثة ابواب (الانتخابات خارج القاهرة - صور برلمانية - برامجهم الانتخابية ) .

#### **سادسا : التصريحات الانتخابية :**

تمادت الاهرام فى إعطاء أهمية أكبر لبعض الاخبار الانتخابية ونشرتها فى صورة تصريحات حتى بلغ عدد التصريحات الانتخابية التى نشرتها ١٧ تصريحاً من بينها أربعة تصريحات لوزير الداخلية وسبعة تصريحات لمدير الادارة العامة للانتخابات بوزارة الداخلية فى حين سايرتها الاخبار فى هذا المنوال اذ نشرت عشرة تصريحات منها تصريحان لوزير الداخلية وأربعة تصريحات لمدير الانتخابات . فى حين تحفظت الجمهورية فى هذا الصدد اذ تبين من الدراسة أن التصريحات المذكورة بجريدتى الاهرام والاخبار تم نشرها

بجريدة الجمهورية فى صورة أخبار انتخابية اذ نشرت الجمهورية أربعة تصريحات انتخابية فقط منها تصريح واحد لوزير الداخلية .

#### **سابعاً : البيانات الانتخابية :**

أصدرت جريدة الاهرام بيانين انتخابيين صادرين عن نقابة الصحفيين (السالف ذكر مضمونهما) فى حين أغفلت نشرهما جريدة الأخبار وتم نشرهما فى جريدة الجمهورية فى صورة أخبار انتخابية، ولم تنشر الأخبار أى بيانات انتخابية فى حين نشرت الجمهورية بياناً عن مشاركة أحزاب المعارضة فى الانتخابات وقد تبين أن جريدتى الاهرام والأخبار قد نشرتتا هذا البيان فى صورة خبرية .

#### **ثامناً : الأعمدة :**

تميزت الأخبار بعمود نصف كلمة للكاتب (أحمد رجب) الذى اتسم بطابع السخرية .

#### **تاسعاً : المقالات :**

نشرت الاهرام ٨ مقالات انتخابية استأثر رئيس التحرير (ابراهيم نافع) بأربعة منها كافتتاحية بينما نشرت جريدة الأخبار ١٢ مقالا انتخابيا من بينها مقالان افتتاحيان أحدهما لسعيد سنيل والثانى لموسى صبرى ونشرت الجمهورية ٨ مقالات انتخابية من بينها مقال افتتاحى واحد .

#### **عاشراً : صفحة الراى :**

جاءت الجمهورية فى مقدمة الصحف القومية بالنسبة لأهمية واتساع حجم صفحة الراى واثاحة الفرصة للقراء فى نشر أفكارهم وتعليقاتهم الانتخابية اذ انتظمت صفحة الراى بالجمهورية لمدة ١١ يوماً من ١٩ يوماً «فترة الانتخابات» فى حين تضمنت صفحة الراى موضوعات انتخابية فى أربعة مواضع بجريدة الأهرام وفى ثلاثة مواضع بجريدة الأخبار .

#### **حادى عشر : الكاريكاتير :**

انفردت الأخبار وأخبار اليوم بالتفوق التحريرى فى مجال الكاريكاتير

سواء من الناحيتين الكمية أو الكيفية اذ نشرت (١٥) كاريكاتيرا فى مقابل (٩) لجريدة الجمهورية و (٨) لجريدة الأهرام، وانفردت بخلق شخصيات انتخابية لاقت شهرة واسعة لدى القراء .

### ثانى عشر : الاختلافات العامة :

- كانت الجمهورية أكثر الصحف القومية انحيازاً إلى جانب المرشحين من المستقلين دون غيرهم من المرشحين سواء من الحزب الوطنى أو من أحزاب المعارضة .

- أفسحت جريدة الجمهورية أكبر مساحة للقراء فى ابداء آرائهم وتعليقاتهم ومقترحاتهم .

- اهتمت الأهرام بالدراسات والتحليلات للاتجاهات السياسية للمرشحين والاحزاب .

- توسعت الأهرام والأخبار فى التصريحات الانتخابية فى حين تحفظت الجمهورية بالنسبة لغالبية التصريحات وتشرتها فى صورة أخبار .

- اتسمت الجمهورية بالشمولية والتنوع فى العرض اذ انفردت بنشر أكبر عدد من صور المرشحين وأفردت ثمانية أبواب خاصة بالانتخابات .

- اهتمت الجمهورية بالنواحي القانونية (الطعون والاحكام) وفى عرض موجز لتاريخ الديمقراطية فى مصر، كما اهتمت بعرض دراسة مقارنة يومية للنظم السياسية ونظم الانتخابات فى العالم .

- اهتمت الأخبار بالجانب «الكاريكاتيرى» لموضوع الانتخاب اذ تفوقت على الجرائد الأخرى فى مجال : الكاريكاتير، والطرائف الانتخابية بالإضافة إلى الاسلوب الساخر لأحد أعمدتها اليومية ( نصف كلمة) .

- توسعت كل من الجمهورية والأخبار فى عرض أساليب الدعاية المستحدثة أو المبتكرة للمرشحين فى حين لم تول الأهرام ذات الأهمية للأساليب الاعيانية المبتكرة .

## مراجع الفصل الرابع

(١) جوردون أولبورت، سيكولوجية الاشاعة، ترجمة : صلاح معيصر،

وعبد مبخائل رزق، القاهرة : الانجلو ، ١٩٦٨

(٢) الاهرام ، ابراهيم نافع ، ١٠/٤/١٩٨٧

(٣) حديث انتخابى لرئيس حزب مصر الفتاة (على الدين صالح) فى مجلة

أكتوبر العدد ٧٣٣ فى ١١/١١/١٩٩٠ .

(٤) جريدة الاهرام : ٣٠/٣/١٩٨٧

(٥) عواطف عبد الرحمن، الصحافة المصرية المعاصرة أداة تغيير أم آلية استمرار

فى إطار النظام السياسى لثورة يوليو، جامعة القاهرة : مركز البحوث

والدراسات السياسية (كلية الاقتصاد والعلوم السياسية)، النظام السياسى

المصرى ، (التغيير والاستمرار) المؤتمر السنوى الاول للبحوث السياسية

١٩٨٨ ص ٥٧٠

## الفصل الخامس

### النظام الانتخابى المقترح

#### « نظام الانتخاب الفردى المدعم بالاقتدار الحزبى »

باستعراض التجارب الانتخابية غير الموفقة لنظم الانتخابات التى طبقتها مصر خلال حقبة الثمانينيات، فإن الأمر يدعو إلى البحث عن نظام انتخابى يتناسب مع البيئة السياسية والثقافية المصرية، فمشكلة إنتقاء النظام الانتخابى تدور حول النظام «المناسب» وليس النظام «المثالى» ذلك أن النظام الانتخابى المثالى قد لا يكون هو النظام المناسب، فنظام الانتخاب بالقائمة الاختيارية النسبية لا يتناسب مع البيئة الانتخابية المصرية رغم كونه من أفضل نظم الانتخابات على إطلاقها.

وقبل الخوض فى عرض أسس وقواعد النظام الانتخابى المقترح يجب -  
بداءة - التعرض للمعطيات السياسية والتشريعية التى تشكل تمهيدا علميا لعرض هذا الاقتراح.

#### المعطيات السياسية والتشريعية للنظام الانتخابى المقترح :

اولا : مثالب النظام الانتخابى الحالى ( السالف الاشارة إليها بالتفصيل ).

ثانيا : الطبيعة السياسية والثقافية للبيئة السياسية والثقافية المصرية التى تتمثل فى:

- انتشار الأمية خاصة فى الدوائر الريفية .
- تفضيل غالبية الهيئة الناجبة لنظام الانتخاب الفردى .
- مازال الاعتبار الشخصى وسيطرة العصبية العائلية والقبلية هو المحك الرئيسى فى العملية الانتخابية (خاصة فى دوائر المحافظات الصحراوية ومحافظات الوجه القبلى ) وذلك على النحو الذى تناوله الدراسة فى الباب الثانى .

**ثالثا:** أن النظام الحزبى المصرى لم يتبلور - سياسيا - بعد رغم أن مصر طبقت نظام التعددية الحزبية منذ بداية هذا القرن إلا أن فترة نظام التنظيم السياسى الواحد فى الخمسينيات والستينيات بددت هذا الرصيد الحزبى من الممارسة السياسية .

**(ابعا: عيوب النظام الفردى :**

**ويمكن إيجازها فيما يلى :**

( أ ) ارتفاع نسبة الأصوات المهدرة، فمن يحصل على ٤٩٪ من جملة الأصوات المعطاة بالدائرة لا يعد فائزا .

( ب ) التفضيل الانتخابى فى ظل الانتخاب الفردى يقوم على الاعتبارات الشخصية وليست الموضوعية .

( جـ ) سيطرة النخبين على النواب وانعدام الالتزام الحزبى .

**الأسس التشريعية والقواعد الديمقراطية**

**للنظام الانتخابى المقترح**

على ضوء تلك المعطيات السياسية والتشريعية فإنه يمكن تحديد الأطر الأساسية لنظام انتخابى يتناسب مع البيئة السياسية المصرية ويحقق أكبر قدر من العدالة ويتيح أكبر مساحة من حرية الرأى للهيئة الناحبة، وتمثل الأطر السياسية والديمقراطية للنظام المقترح فيما يلى :

❖ إلغاء التمييز الفئوى الممنوح لفئتى العمال والفلاحين .

❖ اختيار نظام انتخابى يتسم بالبساطة فى تكوينه التشريعى والسهولة فى تنفيذه الإدارى والوضوح فى فهمه واستيعابه من جانب النخبين .

❖ دعم النظام الحزبى فى صورته الجديدة، والعمل على التحويل التدريجى للمفهوم الشخصى للهيئة الناحبة الى المفاهيم الموضوعية فى الاختيار البرلمانى .

ويقوم النظام الانتخابى المقترح «نظام الانتخاب الفردى المدعم بالاختيار الحزبى» «على المزج بين نظامين :



- نظام الانتخاب الفردى (بصفة أصلية)

- نظام الاختيار الحزبى (بصفة تكميلية)

### **الأسس والقواعد العامة للنظام الانتخابى المقترح :**

**أولاً :** يتكون مجلس الشعب من ٤٠٠ عضو، ينتخب ٣٠٠ منهم بنظام الانتخاب الفردى (٧٥٪ من أعضاء البرلمان)، والمائة الباقية (٢٥٪) يختارون حزبياً وفقاً للأسس والقواعد الجارية عرضها .

**ثانياً :** زيادة عدد الدوائر البرلمانية من ٢٢٢ دائرة - حالياً - إلى ٣٠٠ دائرة انتخابية مع إعادة تنظيم الخريطة الانتخابية جغرافياً وسكانياً وإنشاء دوائر انتخابية بالمجتمعات العمرانية الجديدة .

**ثالثاً :** تطبيق المبدأ البرلمانى - المألوف والطبيعى - وهو :  
( نائب واحد للدائرة الواحدة )

**رابعاً :** يتم انتخاب الأعضاء الثلاثمائة وفق نظام الانتخاب الفردى السالف عرضه .

### **أساليب الاختيارات الحزبية**

فيما يلى عرض لثلاثة بدائل لأساليب شغل المقاعد الحزبية ( ١٠٠ مقعد ) :

**البديل الأول :** « التمثيل الحزبى النسبى وفقاً للمقاعد الفردية » :

ومؤداها أن يتم شغل المقاعد الحزبية (المائة) وفقاً لنتائج المقاعد الفردية (بعد استبعاد المستقلين) عن طريق «الاختيار الحزبى» بمعرفة كل حزب وذلك وفقاً للمثال التالى :

تقدم للترشيح - للمقاعد الفردية - على مستوى جميع الدوائر بالدولة ممثلو ثلاثة أحزاب سياسية - كانت نتائج الانتخابات كما يلى :

حصول الحزب « أ » على ١٢٠ مقعداً - والحزب « ب » على ٧٥ مقعداً - والحزب « ج » ٦٠ مقعداً - والمستقلون ٤٥ مقعداً .

فيكون نصيب الأحزاب الثلاثة من المقاعد الفردية - المائة - بعد استبعاد المستقلين كما يلي :

(الحزب «أ» ٤٧ مقعدا - الحزب «ب» ٢٩ مقعدا - الحزب «ج» ٢٤ مقعدا)

### كيفية اختيار الأعضاء «المائة»:

يتم إختيار الأعضاء المائة بمعرفة الأحزاب السياسية، بمعنى أن يقوم كل حزب باختيار أسماء أعضائه كيفما يشاء ويتقدم بتلك الأسماء إلى اللجنة العامة للانتخابات خلال ثلاثة أيام من إعلان نتائج الانتخاب للمقاعد الفردية .

### الطبيعة الدستورية لعملية الاختيار الحزبي:

قد يتبادر إلى الذهن أن تشكيل المجلس النيابي بتلك الكيفية ليس تشكيلا ديمقراطيا إذ أن شغل المقاعد المائة الحزبية بتلك الكيفية قد يُعد من قبيل «التعيين»، ولكن عملية الاختيار الحزبي - المقترحة - ما هي إلا أحد أنواع الاختيار الشعبي وليست من قبيل التعيين، فأسلوب التعيين لا بد وأن يتوافر فيه أربعة معالم رئيسية :

(الأول) أن يكون صادرا عن السلطة التنفيذية (رئيس الجمهورية أو رئيس الوزراء) ، والاختيار الحزبي المعروض يكون بمعرفة قيادات الحزب أو لجنته العليا، وهي من قبيل السلطات الشعبية .

(الثاني) أن يكون صادرا عن سلطة واحدة، والاختيار الحزبي هنا صادر عن عدة مصادر .

(الثالث) أن التعيين يعبر عن فكر سياسى موحد أما الاختيار الحزبي - بتلك الصورة - فهو يعبر عن عدة اتجاهات حزبية .

(الرابع) أن التعيين يكون مطلقاً أى يشمل المقاعد المائة كلها ولكن الاختيار الحزبي مرتبط - عدديا - بنسبة نجاح الحزب فى الانتخابات الفردية . وللأحزاب أن تختار من تشاء من أعضائها للمقاعد الحزبية، فقد

تختارهم ممن لم يوفقوا فى الانتخابات الفردية أو ممن لم يخوضوا المعركة الانتخابية . .

### **البديل الثانى : التمثيل الحزبى الانتخابى :**

وتتمثل تلك الطريقة فى القواعد التالية :

\* يقوم الناخب بعملية اقتراع فى آن واحد (اختيار المرشح الفرد للدائرة التى يمثلها - اختيار قائمة أحد الأحزاب المتنافسة) إذ يحزر الناخب بطاقتى اقتراع داخل لجنة الانتخاب : الاولى للمرشح الفردى والثانية للحزب الذى ينتمى إليه .

\* لا تتقدم الأحزاب بقوائم حزبية إنما يعتمد أسلوب الاقتراع بتلك الطريقة على البرامج الانتخابية للأحزاب وليس تبعاً للأسماء أو القوائم .

ويتيح هذا الأسلوب للناخب أكبر قدر من الحرية إذ قد يختار الحزب «أ» فى البطاقة الحزبية ثم يختار - فى ذات الوقت - المرشح الفردى للحزب «ب» فى البطاقة الفردية .

\* يتم توزيع المقاعد الحزبية المائة بين الأحزاب وفقاً لنسبة الأصوات التى حصلت عليها .

### **البديل الثالث :**

يتقدم كل حزب بقائمة قطرية موحدة مدون بها أسماء مائة من مرشحي الحزب ، يتم الاقتراع عليها فى كل الدوائر وفقاً للقواعد التالية :

- أن يتزامن إجراء الانتخاب الفردى مع انتخاب القوائم توفيراً للوقت والجهد والنفقات .

- على الناخب أن يقوم بعملية اقتراع فى بطاقتين منفصلتين :

\* البطاقة الاولى للانتخاب الفردى .

\* البطاقة الثانية لانتخاب القائمة الحزبية .

- تتبع فى شأن انتخاب وفرز الأصوات وإعلان نتائج المقاعد الفردية ذات قواعد نظام الانتخاب الفردى السالف عرضها .

\* بالنسبة للقوائم الحزبية فيتبع بشأنها نظام القوائم النسبية الإجبارية التى يمكن تلخيصها فيما يلى :

- يختار الناخب إحدى القوائم الحزبية « كاملة » إذ ليس له أن يضيف إليها أو يحذف منها أى أسماء للمرشحين ، وليس له أن يعيد ترتيب الاسماء بالقائمة المختارة .

- توزع المقاعد الحزبية على الأحزاب توزيعاً نسبياً على مستوى الدولة وفق نظام « التمثيل النسبى » السالف عرضه .

- يمكن أن يقل عدد المدرجين بالقوائم الحزبية عن مائة مرشح لتشجيع الأحزاب الصغيرة على خوض الممارسات الانتخابية .

\* إباحة الترشيح الفردى للمدرجين على القوائم الحزبية إذ يحق للمدرج اسمه بالقوائم أن يتقدم للترشيح للمقعد الفردى وفى حالة نجاحه فى الاثنين يعتد بنجاحه للمقعد الفردى ويختار من يليه فى القائمة الحزبية .

\* إشتراط حد أدنى للتمثيل الحزبى قوامه ٥٪ من مجموع الأصوات التى يجب أن يحصل عليها الحزب على مستوى الدولة لكى يمثل بالبرلمان ، وذلك لضمان جدية الأحزاب ، ولعدم تفشى ظاهرة « التشرذم الحزبى » .

وفىما يلى عرض مجمل للأسس والقواعد الاجرائية للنظام الانتخابى المقترح ببدائله الثلاثة :

#### **\*\* بالنسبة لحالات فقد العضوية :**

سواء بالوفاة أو الاستقالة أو لفقد العضو شرطاً من شروط العضوية ، يتم شغل مقعد العضو الفاقد للعضوية بذات الطريقة التى اتبعت فى شغلها (الانتخاب بالنسبة للفردى - والاختيار بالنسبة للقوائم الحزبية - أو اختيار من عليه الدور فى القائمة الحزبية التى ينتمى إليها الفاقد للعضوية) .

**\*\* فى حالتى (استقالة العضو من الحزب - فصل العضو من الحزب) :**

يفرق بين ما اذا كان منتخبا من قبل الدائرة على المقعد الفردى أو مختارا بالقائمة الحزبية : وفى الحالة الأولى تستمر عضويته بالبرلمان باعتباره مستقلا وفى الحالة الثانية تسقط عنه العضوية وعلى الحزب أن يختار من القائمة المرشح التالى لمن حصلوا على العضوية من القائمة .

**\*\* فى حالة فقد عضوية البرلمان ( لآى سبب من أسباب فقد العضوية ) : يفرق بين حالتين :**

أ ( اذا كان منتخبا على المقعد الفردى : يعاد انتخاب من يخلفه بالدائرة .  
ب) اذا كان مختارا وفقا للاختيار الحزبى :

يعاد انتخاب من يخلفه وفق احدى طرق الاختيار الحزبى السالف عرضها (فيختار غيره بمعرفة الحزب بالنسبة للطريقتين الأولى والثانية أو يتم اختيار التالى له فى القائمة القطرية بالنسبة للبديل الثالث المطروح ) .

**\*\* وفى ظل نظام الاختيار الحزبى - الموسع - بالكيفية المشار إليها فإنه من الطبيعى إلغاء النص الدستورى الذى يخول لرئيس الجمهورية تعيين عشرة أعضاء بالبرلمان .**

**الأهداف السياسية والبرلمانية التى ينشدها  
النظام الانتخابى المقترح**

من شأن تطبيق هذا النظام الانتخابى ( نظام الانتخاب الفردى المدعم بالاختيار الحزبى ) تحقيق الأهداف التالية :

- (١) يكفل هذا النظام الحرية الكاملة للناخب دون تدخل فى ارادته سواء أكان هذا التدخل حزبيا أو تشريعيا .
- (٢) تحقيق أكبر قسط من العدالة سيما فى عمليات : فرز وحساب الأصوات .

(٣) إتاحة الفرصة المتساوية لتمثيل كافة الاتجاهات والقوى السياسية بالبرلمان شريطة أن تستند إلى قاعدة شعبية لا يقل تمثيلها بالبرلمان عن ٥٪ من مجموع مقاعد البرلمان (عشرون عضواً).

(٤) تطوير وإثراء التجربة الحزبية .

(٥) الجمع بين مزايا كلا من الانتخاب الفردي والانتخاب بالقائمة الحزبية الاجبارية وفي ذات الوقت تلافى عيوب كلا النظامين .

(٦) من شأن تطبيق هذا النظام الإقلال من عمليات العنف المصاحبة لإجراء الانتخابات .

(٧) إتاحة الفرصة لبعض الكوادر الحزبية والثقافية أن تمثل بالبرلمان دون خوض المعارك الانتخابية التي قد تكون حائلا بينها وبين التمثيل البرلماني .

(٨) القضاء على بعض الظواهر السلبية التي تعد من الأساليب الانتخابية السيئة وهي :

- ظاهرة التحالف الانتخابي - الظاهري - بين أحزاب أو اتجاهات سياسية متناقضة أو غير متجانسة بقصد مواجهة حزب الأغلبية أو الأحزاب الأخرى .

- ظاهرة الانشقاق الحزبي سواء على المستوى الفردي أو الجماعي .

(٩) إتاحة الفرصة كاملة للمستقلين في مباشرة حقوقهم السياسية (بتخصيص ٧٥٪ من مقاعد البرلمان للمقاعد الفردية مقابل ٢٥٪ للمقاعد الحزبية) .

(١٠) تحقيق التقارب السياسي بين النواب وقادة الأحزاب من ناحية والهيئة الناحية من ناحية أخرى .

(١١) بساطة وسهولة إجراءات وقواعد هذا النظام الانتخابي خلال مراحل الانتخاب المختلفة (الترشيح - الإدلاء بالأصوات - فرز الأصوات - إعلان النتائج) .

(١٢) تزايد نسبة المشاركة الشعبية كنتيجة طبيعية لكل النتائج سالفة الذكر .

## محتويات الكتاب

الموضوع	الصفحة
* تقديم	٤
* مقدمة	٥
* الفصل الأول :	
مقومات الدعاية الانتخابية	٩
* الفصل الثاني :	
الحملات الانتخابية	٣١
* الفصل الثالث :	
البيئة الانتخابية	٣٩
* الفصل الرابع :	
تطبيقات الدعاية الانتخابية	٨٤
- المبحث الأول : نتائج الدراسة الميدانية	٨٥
- المبحث الثاني : أساليب ووسائل الاتصال الانتخابية	١٠٨
* الفصل الخامس :	
النظام الانتخابي المقترح (نظام الانتخاب الفردي المدعم بالأختيار الحزبي)	١٩٥

---

رقم الإيداع بدار الكتب

٩٥ / ٥٢١٩

الناشر : المؤلف

٣٦١٣٤١٠

٣٦١٣٩٥٣

٣٩٠٨٤٦٥

٣٩٣٨١٩٤

تليفون :

٣٩٣٠٧٠٠

٣٤٨٨٨٥٩

فاكس :

عشرة

جنيهاً

« حقوق التأليف والطبع محفوظة للمؤلف »

دار النمر للطباعة

٥٨٧٠١٢٣